



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE
GOBIERNOS SECCIONALES

TRABAJO DE GRADO

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
HOSTERÍA PARA MASCOTAS EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA”***

*Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración Pública de Gobiernos
Seccionales*

***AUTORA: Consuelo Villota Rodríguez
ASESOR: Econ. Rubén Santacruz Deliz***

IBARRA, ABRIL 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Realizada la investigación del tema de trabajo de grado “estudio de factibilidad para la creación de una hostería para mascotas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, podemos ver que es favorable la creación de la misma como se ha confirmado en el desarrollo de cada capítulo. así podemos ver en el diagnóstico que en la ciudad de Ibarra no existe un centro que brinde los diversos servicios profesionales además de alojamiento para mascotas, especialmente de canes, cuando los propietarios de las mascotas no puedan encargarse de su cuidado ya sea por falta de tiempo, de conocimiento o porque deben realizar algún viaje.

El marco teórico presenta el sustento científico de los aspectos que enmarcan el presente estudio.

En el estudio de mercado se desprende que la demanda es atractiva ya que la mayoría de propietarios de mascotas requieren de estos servicios, existe una escasa competencia que brindan servicios de manera individual a través de clínicas veterinarias, tiendas de distribución de alimentos o peluquería canina.

Una correcta gestión financiera y el establecimiento de políticas administrativas eficientes permitirán contar con precios competitivos.

En el análisis técnico se describe la ubicación estratégica del proyecto, con sus propuestas administrativas, organigrama estructural, un manual de funciones y diagramas de caracterización para la propuesta administrativa.

El análisis financiero establece que la inversión será de 138.247,27 dólares de los cuales el 30% será capital propio y el 70% con financiamiento. Al estructurar la información financiera se aplicó ratios clásicos para evaluar que dan como resultado en términos absolutos como el VAN de 120,930.34, términos porcentuales como la TIR de 39,41% de modo que el proyecto es factible y la recuperación de la inversión sería en 2 años, 9 meses y 16 días tiempo óptimo para cubrir deudas y generar utilidades.

Los impactos que genera el proyecto en su mayor parte son positivos ya que benefician al inversionista y al sector donde se desarrolla el proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

When the investigation is already done on the subject grade "feasibility study for creating a pet lodge in the city of Ibarra, Imbabura province", we can see that is favorable to create the same as confirmed in the development of each chapter.

So we can see in the diagnosis in the Ibarra's city there is no center that provides various professional services as well as accommodation for pets, especially dogs, when owners of pets can not undertake such care because of lack of time of knowledge or because they must do some traveling.

The theoretical framework presents the scientific basis of the issues that frame this study. In the market research indicates that demand is attractive since most pet owners require these services, there is little competition that offer services individually through veterinary clinics, food distribution shops or dog grooming sound financial management and the establishment of effective administrative policies to have competitive prices.

In technical analysis describes the strategic location of the project, its proposed administrative organizational structure, a manual of functions and characterization diagrams for administrative proposal financial analysis investment that will make for 138.247,27 dollars 30% which will and equity financing with 70%. the financial reporting structure ratios are applied to evaluate that classic result in in absolute terms as percentage terms and VAN 120,930.34: TIR 39,41% like so that the project is feasible and would return on investment in 2 years, 9 months and 16 days, time optimal to cover debts and generate profits.

Impacts that creates the project with most of that benefit are positive and sector investors and where to develop the project.

AUTORÍA

Yo, **Consuelo del Carmen Villota Rodríguez** , con cédula de ciudadanía N° 100178349-5, declaro bajo juramento que el proyecto desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....

Consuelo Villota

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del trabajo de grado titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA DE MASCOTAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de autoría de la señora: VILLOTA RODRÍGUEZ CONSUELO DEL CARMEN, el trabajo es auténtico y original, cumple con los objetivos y cronogramas que constan en el proyecto, metodologías y normas planteadas por la Universidad Técnica del Norte, por lo que se autoriza su presentación considerando que la presente investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del jurado examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.

Econ. Rubén Santacruz D.
DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Consuelo del Carmen Villota Rodríguez** con cédula de ciudadanía N° 100178349-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra de trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA DE MASCOTAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
Consuelo Villota Rodríguez
100178349-5

Ibarra a 30 días del mes de abril de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTOS			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100178349-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	VILLOTA RODRÍGUEZ CONSUELO DELCARMEN		
DIRECCIÓN:	Cdla. La Victoria Mz.21 Casa 1-21		
EMAIL:	consuevr@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062608399	TELÉFONO MÓVIL:	0981101861

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA DE MASCOTAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA ”
AUTORA:	VILLOTA RODRIGUEZ CONSUELO DEL CARMEN
FECHA: AAMMDD	2013-04-30
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES
ASESOR /DIRECTOR:	ECON. RUBÉN SANTACRUZ DELIZ

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Consuelo del Carmen Villota Rodríguez con cédula de ciudadanía N° 100178349-5, en calidad de autor (a) y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de Abril de 2013

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

Firma).....
Nombre: Consuelo Villota R.
C.C.:100178349-5.....

Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A Dios quien me proporcionó la suficiente fuerza y valentía para creer en mí misma y poder culminar con éxito esta etapa importante en mi vida.

A mi madre y mis tres grandes amores: Andreita, Christian y Said por su constante apoyo, comprensión e inspiración para culminar mis estudios superiores que me permitan cumplir mis metas y objetivos.

A todas aquellas personas que directa e indirectamente me apoyaron en la etapa estudiantil y/o en la elaboración del proyecto sin esperar nada a cambio, muchas gracias.

Consuelo Villota R.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar el presente trabajo de investigación quiero dejar constancia de mi agradecimiento a las siguientes personas e Instituciones:

A los maestros, autoridades y personal Administrativo de la Universidad Técnica del Norte, alma mater del conocimiento e investigación del norte Ecuatoriano, donde he logrado alcanzar nuevos conocimientos que me permitirán ser una profesional de éxito, con ética y moral, además de ser útil al servicio de la comunidad.

Al Economista Rubén Santacruz, por su invaluable ayuda, quien con sus conocimientos, calidad humana y paciencia, supo guiar y conducir de la mejor manera el presente trabajo de investigación.

Consuelo Villota R.

PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de factibilidad para la creación de una hostería para mascotas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, ha sido desarrollada por la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

En el diagnóstico realizado se logró establecer cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, donde se determinó algunas falencias pero que se pueden sobrellevar.

El marco teórico desarrollado está enmarcado dentro de los siguientes parámetros: los conceptos básicos de: Empresa, Estética y Control Veterinario, dentro de los más importantes, también la clasificación e importancia de algunos términos para la mayor comprensión de los mismos y finalmente la Administración de Recursos Humanos.

En el Estudio de Mercado se determinó la oferta y demanda la cual ayudará a identificar clientes potenciales y la competencia.

En el Estudio Técnico se analiza diferentes aspectos geográficos y así poder saber cuál es la mejor alternativa para la macro y micro localización.

El Estudio Financiero ayuda a medir la capacidad de endeudamiento, el nivel de ingresos, egresos y de esta manera saber en qué tiempo se recuperará la inversión y saber si el proyecto es factible o no.

La Estructura Organizacional, en la cual se detalla la organización estructural de la micro-empresa, para establecer los diferentes departamentos y así determinar las funciones básicas de las personas que conformarán la misma.

Finalmente, se elaboró el análisis de los principales impactos que va a tener el proyecto, estos son: Impacto económico, social, educativo, empresarial, ambiental, ético y general. También se realizó las conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

INDICE

CARATULA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE	xiv

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1. Antecedentes del Diagnóstico	1
1.2. Objetivos del diagnósticos	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.2.2. Objetivos específicos	3
1.3. Variables Diagnósticas	3
1.3.1. Variables	3
1.4. Indicadores	3
1.4.1 Aspectos socio – económicos	3
1.4.2 Actividades económicas	4
1.4.3 Nivel de ingresos	4
1.4.4 Tipos de mascotas	4
1.5 Matriz de Relación Diagnóstica	5
1.6. Ubicación, Superficie, Datos Poblacionales	6
1.6.1. Ubicación.....	7
1.6.1.1 Límites.....	7
1.6.2. Superficie	7
1.6.3. Altura	8
1.6.4. Clima	8
1.6.5. Flora y Fauna	9
1.6.6. Coordenadas	9
1.7. Salud	9
1.8. Educación	10
1.8.1. Tasas de Analfabetismo en la Ciudad de Ibarra	12
1.9. Vivienda	12
1.10. Servicios Básicos	13
1.11. Actividades Económicas	14
1.11.1 Sector Agropecuario	15
1.11.1.1. Agricultura	15
1.11.1.2. Pecuario	15
1.11.2. Sector Industrial	15

1.11.2.1. Artesanales	15
1.11.2.2. Metalmecánica	15
1.11.2.3 Textiles y Confecciones	16
1.11.2.4. De la construcción	16
1.11.2.5. Maderero Forestal	16
1.11.2.6. Producción de Lácteos	16
1.11.2.7. Tababuela	16
1.11.3 Sector Servicios	16
1.11.3.1. Alimenticio	16
1.11.3.2. Servicios Turísticos	17
1.11.3.3. Gráficas e Impresiones	18
1.11.3.4. Servicios Técnicos y Profesionales	18
1.12. Desarrollo Económico	18
1.13. Estadística Poblacional	18
1.13.1 Población Económicamente Activa PEA	19
2 Identificación de la población en estudio	21
2.1.Muestra	22
2.2. Técnicas de investigación	23
3. Tabulación y análisis de la información	23
3.1. Resultados de la encuesta	23
1.- ¿Qué tipo de mascota tiene en casa?..	24
2. Sus ingresos mensuales se encuentran entre:.	25
4. Construcción De La Matriz De Resultados.....	26
5. Determinación De La Oportunidad De Inversión	26

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	28
2.1. La empresa	28
2.1.1. Objetivos de la empresa	28
2.1.2. Recursos de la empresa	29
2.2. Clasificación de la empresa	30

2.2.1. Empresas industriales	30
2.2.2. Empresas comerciales	30
2.2.3. Empresas de servicios	31
2.3. Tipos de empresas	32
2.3.1. Compañía en nombre colectivo	32
2.3.2. Compañía de responsabilidad limitada	33
2.3.3. Sociedad anónima	33
2.3.4. Requisitos para la constitución de una empresa	34
2.4. Hostería de mascotas	35
2.4.1. Principales servicios	36
2.4.2. Funciones y servicios	37
2.4.3. Cuidado de mascotas	37
2.4.4. Estética	41
2.4.5. Control veterinario	42
2.4.6. Primeros auxilios para mascotas	43
2.5. Tienda de mascotas	45
2.5.1. Servicios que prestan	45
2.6. Fundamentos del mercado	46
2.6.1. Estudio de Mercado	46
2.6.2. Oferta	46
2.6.3. Demanda	47
2.6.4. Producto	47
2.6.5. Precio	48
2.6.6. Publicidad	48
2.6.7. Distribución	49
2.6.8. Comercialización	50
2.10. Estudio Técnico	51
2.10.1 Tamaño óptimo de la planta	51
2.10.2 Localización del Proyecto	52
2.10.3 Macro localización	52
2.10.4 Micro localización	52
2.10.5 Factores de Localización	53
2.11 ESTUDIO FINANCIERO	53

2.11.1 Balance General	54
2.11.2 Estado de Resultados	55
2.11.3 Estado de flujo de caja	55
2.12 EVALUACIÓN FINANCIERA	56
2.12.1 Valor Actual Neto	56
2.12.2 Tasa Interna de retorno	57
2.12.3 Periodo de recuperación de la inversión.....	58
2.12.4 Beneficio costo	59
2.12.5 Punto de equilibrio.....	59

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO	60
3.1 Presentación	60
3.2. Identificación Del Servicio	60
3.2.1. Características del Servicio	60
3.2.2. Características de la prestación de los servicios.....	62
3.3. Mercado meta	62
3.4. Segmentos de mercado	63
3.5. Objetivos del estudio de mercado	65
3.5.1. Objetivo general	65
3.5.2. Objetivos específicos	65
3.6. Variables	65
3.7. Indicadores	65
3.8. Matriz de relación del estudio de mercado	67
3.9. Mecánica operativa del estudio	68
3.9.1. Identificación de la población en estudio	68
3.9.2. Muestra	68
3.9.3. Técnicas de investigación	69
3.10. Tabulación y análisis de la información	70
3.11. Proyección de la demanda	81
3.12. Análisis de competencias	83
3.12.1. Factores que afectan la oferta	84

3.12.2. Proyección de la oferta	84
3.12.3. Demanda Insatisfecha	86
3.12.4. Pronóstico de ventas	87
3.12.5. Proyecciones de precio, costos y flujos de caja	87
3.13.- Conclusiones Del Estudio De Mercado	89

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	90
4.1 Localización Del Proyecto	90
4.1.1 Macro Localización	90
4.1.2 Micro Localización	91
4.1.2.1 Análisis De Factores Intervinientes	91
4.1.3 Matriz De Factores	92
4.1.4 Matriz De Factores Ponderada	93
4.2 Ubicación De La Micro Empresa	95
4.3 Diseño De Instalaciones	95
4.4 Distribución De La Micro Empresa	98
4.4.1 Infraestructura Básica	98
4.4.2 Área Administrativa	99
4.4.3 Área De Trabajo	99
4.5 Tamaño Del Proyecto	99
4.6 Ingeniería Del Proyecto.....	99
4.7. Proceso De Presentación Del Servicio.....	100
4.8 Inversión Del Proyecto	105
4.8.1.Terreno	105
4.8.2. Infraestructura Arquitectónica	105
4.8.3. Vehículo	106
4.8.4 Implementos De Trabajo	106
4.8.5 Equipo De Cómputo	107
4.8.6.Equipo De Oficina	107
4.8.7 Muebles Y Enseres	108
4.8.8 Inventario de Mercadería	108

4.8.9 Gastos De Constitución	110
4.8.10 Sueldos Y Salarios	110
4.8.11 Suministros	111
4.8.12 Servicios Básicos	111
4.8.13 Gastos De Mantenimiento Del Equipo De Cómputo	112
4.8.14 Gastos De Publicidad	112
4.8.15 Resumen Inversión Fija	112
4.8.16 Resumen De Inversión Variable	113

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO	114
5.1. Propuesta de Inversión	114
5.1.1. Inversión Fija Y Diferida	114
5.1.2. Capital de Trabajo o Inversión Variable ..	115
5.2. Cálculo del Costo de Oportunidad	115
5.2.1. Costo de Oportunidad	115
5.3. Proyecciones	116
5.3.1 Ingresos	116
5.3.2 Gastos Proyectados	118
5.3.3 Depreciación de Activos Fijos.....	121
5.4 Proyección Estado de Pérdidas y Ganancias	124
5.5. Punto de Equilibrio	125
5.6 Flujo de Caja Financiero	126
5.7 VAN o Valor Actual Neto	127
5.8 TIR Tasa Interna de Retorno	128
5.9 Periodo de Recuperación	129
5.10 Beneficio Costo	130

CAPÍTULO VI

6.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	132
6.1	Conformación Interna Externa de la Empresa	132
6.1.1	Nombre O Razón Social	132
6.1.2.	Parte Legal	132
6.1.2.1.	Registro Único De Contribuyente (RUC) SRI	132
6.1.2.2.	Patente Municipal	132
6.1.2.3.	Permisos De Funcionamiento	132
6.2.	Misión	133
6.3.	Visión	133
6.4.	Políticas	133
6.5.	Valores	133
6.6.	Logotipo	134
6.7.	Estructura Organizacional	134
6.8.	Descripción De Funciones	135
6.8.1.	Manual De Funciones	135
6.8.2.	Objetivo General	135
6.8.3.	Objetivos Específicos	135
6.9.	Descripción y Análisis de Cargos	135
6.9.1	Gerente	135
6.9.2	Contador Externo	137
6.9.3	Asistencia Administrativa	138
6.9.4	Veterinario.....	139
6.9.5	Unidad de Logística	140
6.9.6	Empleado de Limpieza	141
6.9.7	Guardianía	141

CAPÍTULO VII

7.	IMPACTOS	143
7.1	Matriz de Impactos	143
7.2.	Impacto Social	144
7.3.	Impacto Económico.....	145
7.4	Impacto Educativo.....	146
7.5	Impacto Empresarial	147

7.6 Impacto Ambiental	148
7.7 Impacto Ético	149
7.8 Impacto General	150
7.9 Conclusiones y Recomendaciones	151
7.9.1 Conclusiones	151
7.9.2 Recomendaciones	152
BIBLIOGRAFIA	153
ANEXOS	155

INDICE DE CUADROS

CUADRO NO. 1 Matriz De Relación Diagnóstica	5
CUADRO NO. 2 Superficie	8
CUADRO NO. 2 Estadística Poblacional	19
CUADRO NO. 3 PEA	20
CUADRO NO.4 Tipo de Mascotas en el Hogar	23
CUADRO NO. 5 Ingresos Mensuales	24
CUADRO NO. 6 Construcción de la Matriz de Resultados	26
CUADRO NO. 7 Factores de Localización	61
CUADRO NO. 8 : Servicios	61
CUADRO NO. 9 Segmento de Mercado	63
CUADRO NO. 10 Matriz de Relación del Estudio Mercado	67
CUADRO NO.11 La(S) Mascota(S) que Ud. tiene son de Raza.....	70
CUADRO NO. 12 Utiliza Productos de Calidad para el Cuidado de Sus Mascotas?.....	71
CUADRO NO. 13 Utiliza Servicios Especiales para su Mascota	72
CUADRO NO. 14 Le Gustaría tener un lugar en el que cuiden (hospeden) a su mascota mientras ud viaja o no lo puede hacer.....	73
CUADRO NO. 15 Le gustaría que le brinden el servicio a su mascota De puerta a puerta?	74
CUADRO NO. 16 Considera Usted que su Sueldo le Permite sin Ningún Problema Cuidar de su Mascota?	75
CUADRO NO. 17 Cuánto Gasta para el Cuidado de su Mascota?	76
CUADRO NO. 18 Conoce Algún Lugar Donde Cuidan Mascotas?	77
CUADRO NO. 19 De qué manera le gustaría recibir publicidad acerca del Cuidado de su Mascota	78
CUADRO NO. 20 En qué Lugar le Gustaría que se Ubique una Hostería para el Servicio de su Mascota	79
CUADRO NO. 21 Características De Los Demandantes	80

CUADRO NO.22 El Consumidor para el Proyecto	80
CUADRO NO. 23 Proyección de la Demanda Total	83
CUADRO NO.24 Proyección de la Oferta Total	86
CUADRO NO. 25 Demanda Insatisfecha	87
CUADRO NO. 26 Pronóstico de Ventas	87
CUADRO NO.27 Precio De Servicios Para Mascotas	88
CUADRO NO. 28 Matriz De Factores	92
CUADRO NO. 29 Matriz De Factores Ponderada	93
CUADRO NO. 30 Inversiones	105
CUADRO NO. 31 Terreno	105
CUADRO NO. 32 Infraestructura	105
CUADRO NO. 33 Vehículo	106
CUADRO NO. 34 Implementos	106
CUADRO NO. 35 Equipo Cómputo	107
CUADRO NO. 36 Equipo de Oficina	107
CUADRO NO. 37 Muebles	108
CUADRO NO. 38 Inventario	108
CUADRO NO. 39 Gastos de Constitución	110
CUADRO NO. 40 Sueldos	110
CUADRO NO. 41 Suministros	111
CUADRO NO. 42 Servicios Básicos	111
CUADRO NO. 43 Gastos Mantenimiento	112
CUADRO NO. 44 Publicidad	112
CUADRO NO. 45 Resumen Inversión Fija.....	112
CUADRO NO. 46 Resumen Inversión Variable	113
CUADRO NO. 47 Inversión Fija y Diferida.....	114
CUADRO NO. 48 Capital de Trabajo	115
CUADRO NO. 49 Costo Oportunidad	115
CUADRO NO. 50 Demanda Efectiva	117
CUADRO NO. 51 Precios de Servicios	117
CUADRO NO. 52 Ingresos Proyectados.....	118
CUADRO NO. 53 Mano de Obra Operativa	119
CUADRO NO. 54 Costos indirectos Fabricación	119

CUADRO NO. 55 Costo Operación Proyectado	120
CUADRO NO. 56 Remuneración Recurso Humano	120
CUADRO NO. 57 Depreciación de Activos Fijos	121
CUADRO NO. 58 Tabla de Amortización	123
CUADRO NO. 59 Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias ...	124
CUADRO NO. 60 Punto De Equilibrio	125
CUADRO NO. 61 Flujo De Caja Financiero	126
CUADRO NO. 62 Evaluación De La Inversión VAN y TIR	127
CUADRO NO. 63 TIR (Tasa Interna De Retorno)	128
CUADRO NO. 64 Periodo De Recuperación	129
CUADRO NO. 65 Ingresos y Egresos Totales	130
CUADRO NO. 66 Matriz De Impactos	143
CUADRO NO. 67 : Impacto Social	144
CUADRO NO. 68: Impacto Económico	145
CUADRO NO. 69 Impacto Educativo	146
CUADRO NO. 70: Matriz Impacto Empresarial	147
CUADRO NO. 71 : Impacto Ambiental	148
CUADRO NO. 72: Impacto Ético	149
CUADRO NO. 73: Impacto General	150

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO NO. 1 Ubicación	6
GRÁFICO NO. 2 Distribución De Viviendas	13
GRÁFICO NO. 3 Alcantarillado, Luz Eléctrica y Recolección de Basura	14
GRÁFICO N°4 Tipo de Mascotas en el Hogar	24
GRÁFICO NO. 5 Ingresos Mensuales	25
GRÁFICO NO. 6 Las Mascotas que Ud. Tiene son de raza?	70
GRÁFICO NO. 7 Utiliza Productos de Calidad para el Cuidado de sus Mascotas?	71

GRÁFICO NO. 8 Utiliza Servicios Especiales Para Su Mascota?	72
GRÁFICO NO. 9 Le Gustaría tener un Lugar en el que Cuiden (Hospeden) a su Mascota Mientras Ud. Viaja o no lo Puede Hacer?	73
GRÁFICO NO. 10 Le Gustaría que le Brinden el Servicio a su Mascota De Puerta A Puerta?	74
GRÁFICO NO. 11 Considera Usted que su Sueldo le Permite sin Ningún Problema Cuidar de su Mascota	75
GRÁFICO NO. 12 Cuánto Gasta para el Cuidado de su Mascota?	76
GRAFICO NO. 13 Conoce Algún Lugar Donde Cuidan Mascotas?	77
GRAFICO NO. 14 De qué Manera le Gustaría Recibir Publicidad Acerca del Cuidado de su Mascota?	78
GRÁFICO NO. 15 En qué Lugar le Gustaría que se Ubique una Hostería para el Servicio de su Mascota?	79
GRAFICO NO. 16 Macro Localización	90
GRÁFICO N° 17: Mapa de la Micro Localización	95
GRAFICO NO. 18 Determinación de las Áreas de Trabajo	96
GRAFICO NO. 19 : Determinación de las Áreas Estructurales	97
GRÁFICO NO. 20: Distribución de la Planta	98
GRÁFICO NO. 21: Procesos: Hospedaje	100
GRÁFICO NO. 22 Servicios Veterinarios	101
GRÁFICO NO. 23 Boutique	102
GRÁFICO NO. 24 Entrenamiento	103
GRÁFICO NO. 25 Transporte	104
GRÁFICO NO. 26: Logotipo de la Microempresa	134
GRAFICO NO. 27 Estructura Orgánica De La Empresa	134

CAPÍTULO I

2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.5. Antecedentes del Diagnóstico

La ciudad de Ibarra está ubicada al norte de la Sierra Ecuatoriana, goza de un excelente clima templado con una temperatura de 18° C a 24° C, es la capital de la provincia de Imbabura, está a 2225 m.s.n.m. y cuenta con 108.535 habitantes y un crecimiento de su población del 2,02% anual según el censo del 2010, poco a poco se ha ido desarrollando económicamente en actividades productivas de corte familiar y en pequeñas empresas dedicadas al comercio y servicios, que por iniciativa propia se han convertido en un referente comercial, servicial del norte del país. En el sector suroccidental está el barrio Chorlaví que cuenta con amplios terrenos disponibles para la implementación de proyectos innovadores como el presente.

Durante la última década se ha desarrollado en Ibarra una cultura canina, relacionada con la crianza de perros de raza para el cuidado de las casas, la compañía de sus amos, o para competencias en exhibiciones caninas. Esto ha traído una gran demanda de servicios relacionados con el cuidado de estos canes. Entre otros, se pueden observar: servicio veterinario, alimentación y adiestramiento, básicamente. Pero también existen otros tipos de mascotas que requieren de servicios de cuidados atribuidos a los servicios de los veterinarios.

Actualmente nuestra ciudad no cuenta con un centro moderno y adecuado que brinde esta diversidad de servicios, que además cuente con: tienda de alimentos, boutique, transporte puerta a puerta, etc. Se evidencia que los dueños de mascotas no cuentan con servicios técnicamente diseñados para el cuidado de las mismas, lo cual se ha

convertido en una necesidad latente sobre todo para los sectores de ingresos medios y altos.

De esto se deriva que las causas para que los dueños de las mascotas de no puedan realizar el cuidado de las mismas son varias entre las cuales se encuentran la falta de tiempo, cuando salen de vacaciones, están trabajando, hay visitas en casa, no saben cómo entrenar a su mascota, no pueden cortar el pelo de su mascota, su mascota está enferma, su mascota sufre un accidente, etc. ocasionando de esta manera que los propietarios de mascotas de Ibarra requieran de los servicios que brindará una Hostería para mascotas evitando así problemas y además ahorrando su valioso tiempo y dinero.

Se ha previsto la creación de una hostería para mascotas que ofrezca esta amplia gama de servicios tales como: alojamiento, cuidado de su salud, alimentación, recreación, adiestramiento y estética y que además cuente con: tienda de alimentos, boutique y para todo tipo de mascotas como: perros, gatos, aves, conejos y peces; de modo que si los propietarios tienen que viajar ya sea por negocios o vacaciones, lo hagan sin preocuparse de abandonar a sus mascotas.

Las personas pueden encontrar la ayuda, pero no todo en un mismo lugar tendrán que trasladarse a varios sitios: uno para adquirir el alimento, otro para la atención veterinaria, otra para entrenar a su mascota, otro para que corten el pelo de la mascota, quedando insatisfechos por el precio, el traslado, entre otros, por lo que el proyecto pretende atender estas necesidades a través del hospedaje y juego para su mascota, principalmente; además, acortando la distancia, brindándole un servicio de calidad, a un precio justo, atención permanente, incluso se brindaría servicio de transporte de puerta a puerta, y lo más importante, todo en un solo lugar y lo más cerca de su hogar.

1.6. Objetivos del Diagnóstico

1.6.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Ibarra, para caracterizar el lugar donde se llevará a cabo el proyecto y determinar variables e indicadores de los aspectos sociales, económicos y financieros que se identificará al momento de la gestión.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Establecer los aspectos socio -económicos del área donde se llevará a cabo el proyecto.
- Conocer las actividades económicas del sector de investigación.
- Determinar el nivel de ingreso que tienen las familias de la ciudad de Ibarra
- Conocer el tipo de mascota que tiene las familias en la ciudad de Ibarra

1.7. Variables Diagnósticas

1.7.1. Variables

- Aspectos Socio - Económicos
- Actividades económicas
- Nivel de Ingresos
- Tipos de mascotas

1.8. Indicadores

2.4.1 Aspectos socio – económicos

- Ubicación
- Salud

- Educación
- Vivienda
- Servicios básicos

2.4.2 Actividades económicas

- Primarias
- Secundarias
- Terciarias

2.4.3 Nivel de ingresos

- PEA
- Salarios

2.4.4 Tipos de mascotas

- Perros
- Gatos
- Conejos
- Aves
- Peces
- Otros

1.5 Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro No. 1
Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos	Variable	Aspecto o Indicador	Fuente de información	Técnicas	Informante
Establecer los aspectos socio económicos del área de estudio	Aspectos Socio - Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Salud • Educación • Vivienda • Servicios Básicos 	Secundaria	Bibliográfica	Plan de desarrollo cantonal INEC
Conocer las actividades económicas del sector de investigación.	Actividades económicas	<ul style="list-style-type: none"> • Primarias • Secundarias • Terciarias 	Secundaria	Bibliográfica	Plan de desarrollo cantonal INEC
Determinar el nivel de ingreso que tienen las familias de la ciudad de Ibarra	Nivel de Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • PEA • Salarios 	Secundaria	Bibliográfica Encuestas	INEC Familias Ibarra
Conocer el tipo de mascotas que tienen las familias en la ciudad de Ibarra	Tipos de mascotas	<ul style="list-style-type: none"> • Perros • Gatos • Conejos • Aves • Peces • Otros 	Primaria	Encuesta	Familias Ibarra

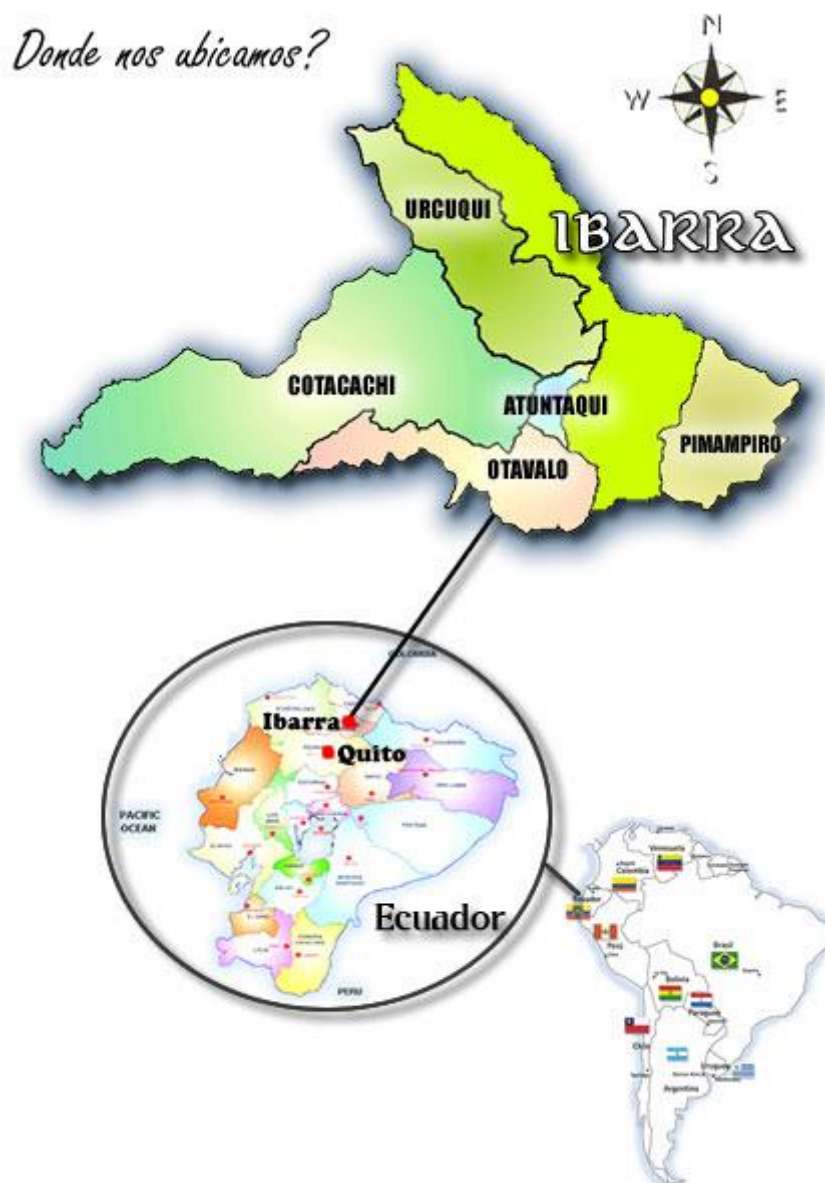
Elaborado por: La Autora

1.6. Ubicación, Superficie, Datos Poblacionales

1.6.1. Ubicación

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. La ubicación de la ciudad de Ibarra esta casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito.

Gráfico No. 1



1.6.1.1 Límites

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha

1.6.2. Superficie

Ibarra tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural. La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

Cuadro No. 2

PARROQUIA	NOMBRE	Km2
URBANAS	San Francisco	10.29
	La Dolorosa del Priorato	9.47
	Caranqui	6.53
	El Sagrario	10.68
	Alpachaca	4.71
	Total	41.68
RURALES	Angochagua	123.93
	La Esperanza	32.69
	San Antonio	29.07
	Ambuquí	139.94
	Ibarra	237.27
	Salinas	39.67
	La Carolina	308.50
	Lita	209.46
	Total	1.120.53

ELABORADO POR: La Autora

1.6.3. Altura

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra 2228 m.s.n.m.

1.6.4. Clima

El clima de la ciudad es Templado Seco, dado que Ibarra se halla en un valle y es modificado tanto por los vientos que llegan desde los valles y dehesas que son vientos cálidos y secos, como por los vientos que llegan desde los Andes y las partes altas que son vientos frescos y fríos, que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente campiñesco, Ibarra

tiene una temperatura promedio de 18 grados, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año.

El clima anual se divide en 3 partes, la etapa seca que va desde Junio hasta principios de Septiembre, la Época Estival de principios de Septiembre a mediados de Febrero, y la fría de finados de Febrero a finados de Mayo.

1.6.5. Flora y Fauna

Tiene espacios tropicales donde hay una gran variedad de plantas. La vegetación característica de las faldas de la cordillera de los andes es el bosque húmedo; los flancos de ambas cordilleras están densamente poblados del bosque en los que destacan la presencia de quina roja y con durango, donde predominan los extensos pajonales (cañas) y la grama de (gramíneas). Las tierras de cultivo de Otavalo y de Ibarra son muy fértiles por la erupción del volcán Imbabura, ya que se fertilizó con la expulsión de las cenizas, gran parte de su entorno territorial, lo que originó una gran variedad de vegetación.

1.6.6. Coordenadas

Consta con las coordenadas geográficas: latitud norte y de longitud oeste.

- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

1.7. Salud

En la actualidad, la salud se encuentra regida por los Estatutos reformados mediante Acuerdo Ministerial, su misión es procurar el bienestar integral de la comunidad del Cantón Ibarra particularmente del niño, la mujer y la familia, a través de los servicios que brinda.

En los sectores rurales, la existencia del equipamiento e infraestructura de centros destinados a la atención de salud no garantiza la calidad del servicio; de acuerdo a datos provistos por el Área 1 de la Dirección Provincial de Salud en el 2009, el porcentaje de mortalidad infantil

particularmente en las parroquias rurales es alto, en Angochagua 69 de cada 1000 niños muere, en La Esperanza 27, La Carolina 25, Lita 15, las parroquias de San Antonio, Salinas y Ambuquí no registran casos de mortalidad infantil debido a la cercanía territorial, sus habitantes prefieren desplazarse a la ciudad donde por cada 1000 niños mueren 8; es decir de cada 2364 nacimientos se presentaron 20 decesos.

En el Área urbana se concentran 23 centros de salud del sector público y privado. Dos de los cuales son hospitales que ofrecen servicios más especializados (Hospital San Vicente de Paúl y el Hospital del IESS), considerados como hospitales regionales. De acuerdo a las Normas de Arquitectura y Urbanismo; por cada 20.000 habitantes es necesario la implementación de un hospital de tal manera se identifica un déficit de equipamiento de salud que cubra a la población cantonal, más aún si la categoría de los hospitales es a nivel regional.

Según el Municipio de la ciudad de Ibarra, para lograr esta misión se han planteado los siguientes objetivos:

- Brindar asistencia social, cultural y económica a las clases desposeídas del Cantón Ibarra.
- Programar y ejecutar la gestión social con Instituciones Públicas, privadas, Organizaciones Clasistas y Organismos No Gubernamentales (O.N.G.), y otras.
- Fortalecer permanentemente los servicios, educación y comunitarios a través de sus instancias respectivas.
- Desarrollar proyectos específicos que mejore la situación de niños, ancianos, mujeres y las familias de escasos recursos económicos

1.8. Educación

Desde 1996 y con el aval de la Organización de Estados Iberoamericanos, para la Educación, la Ciencia y la Cultura, se ha establecido en la ciudad de Ibarra un programa con múltiples iniciativas de

la ciudadanía y a los distintos grupos sociales produciendo exitosos resultados en el ámbito de la educación alternativa y la comunicación comunitaria.

La planeación, en la cual ha intervenido educadores, organizaciones, empresas, instituciones educativas, alumnos y ciudadanos comunes permitió un camino de realizaciones, actos y grandes desafíos.

En lo que corresponde al nivel de educación básica y secundaria existe infraestructura en todas las parroquias rurales, cubriendo a la población local. La educación inicial está en un proceso de conformación de tal manera que es necesario que este nivel educativo se oferte en todas las parroquias rurales y urbanas del Cantón.

La unidocencia presente en la mayoría de las escuelas de las parroquias rurales ha limitado el proceso de aprendizaje y enseñanza del sector, de acuerdo a datos del 2001 apenas el 41% de la población del Cantón aprobó la primaria, 21% la secundaria y el 12% alcanzó la educación superior; es decir de la población que culmina un nivel de educación apenas la mitad accede al siguiente nivel. Existe un desequilibrio en cuanto al acceso de este servicio en el área urbana y rural ya que la Dirección de Educación en el 2011, reportó 389 alumnos registrados en el sector rural en centros de educación inicial, y en el área urbana 802.

Las universidades se encuentran localizadas en la ciudad de Ibarra, actualmente seis instituciones públicas y privadas son las que prestan este tipo de servicio, generando gran movimiento poblacional a nivel inter e intra cantonal.

Es importante destacar la oferta educativa existente en la ciudad de Ibarra que corresponde a 8.03 m²/habitante, es decir 4.73 m²/habitante sobre lo que determina la norma, esto permite determinar una aptitud del territorio

hacia la concentración de este tipo de equipamientos que tienden a especializarse y a tener una cobertura provincial e incluso regional como es el caso de las universidades.

1.8.1. Tasas de Analfabetismo en la Ciudad de Ibarra

La noción de analfabetismo se vincula a personas mayores de 15 años que no saben leer ni escribir, que es como viene contabilizándose tradicionalmente el analfabetismo en términos estadísticos a nivel mundial. De ahí surge la asociación entre alfabetización y personas adultas. La noción de alfabetización infantil es extraña a la mayoría de personas y ha mostrado ser difícil de instalar en las políticas, no obstante que la alfabetización es la misión por excelencia del sistema escolar.

1.9. Vivienda

Según el Ilustre Municipio de Ibarra y conjuntamente con el MIDUVI se busca dimensionar el sistema inmobiliario, por su importancia en la economía local y porque de éste depende el diseño y desarrollo urbano de la ciudad. Mediante políticas públicas y por intervención de los sectores públicos y privados, es necesario incentivar el acceso a una vivienda digna, especialmente de los sectores menos favorecidos, generando ofertas concretas que respondan a la capacidad económica de esos sectores, sin sacrificar la calidad de dichas viviendas y su entorno ambiental.

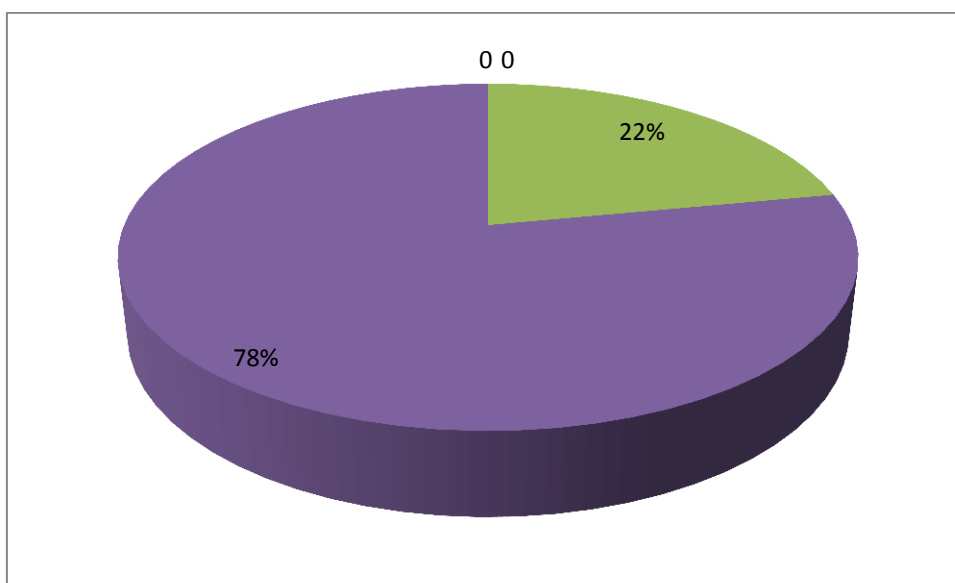
Para el efecto, es necesario definir la localización, el diseño, equipamiento y servicios de tales proyectos habitacionales. Estos complejos habitacionales, desde el punto de vista ambiental, deberán adaptarse a las condiciones del entorno y al uso racional de los recursos naturales de la región.

Lo anterior, también implica, por parte de la Municipalidad, intervenir en el mercado inmobiliario y buscar acuerdos entre todos los agentes públicos y

privados para abaratar costos en el proceso de adquisición de terrenos, construcción y financiamiento de la vivienda.

En el territorio cantonal se registra un total de 47.521 viviendas identificadas en el último Censo de las cuales el 78% se encuentran ubicadas en la cabecera cantonal y el restante 22% distribuidas en el territorio de las parroquias rurales.

Gráfico No. 2
Distribución de Viviendas



1.10. Servicios Básicos

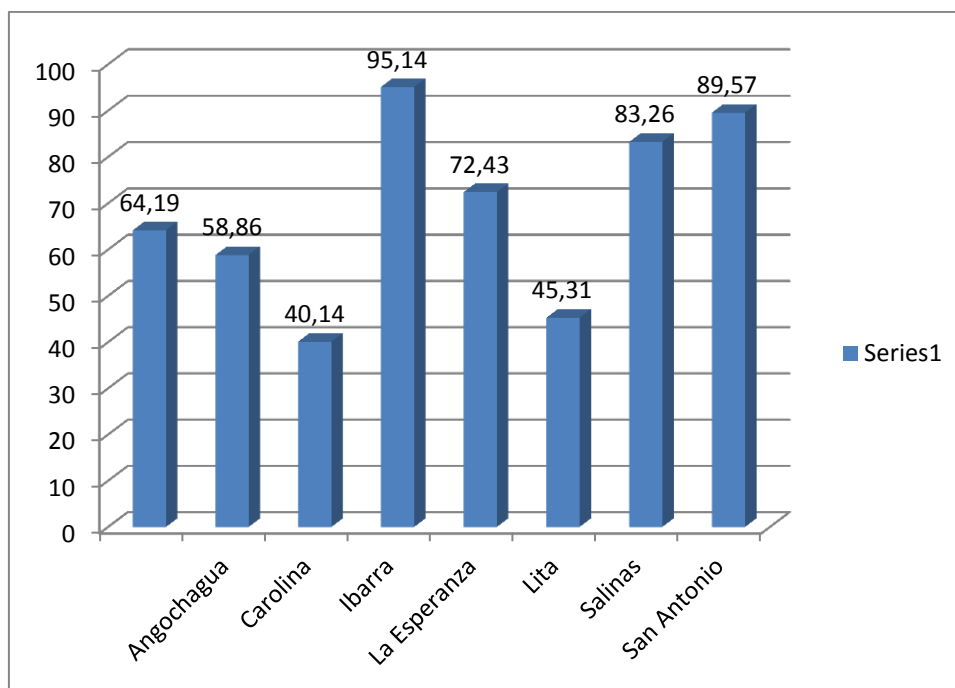
El 90% de las residencias acceden a los sistemas de redes públicas de abastecimiento de agua, alcantarillado, energía eléctrica y recolección de basura en el Cantón.

A nivel urbano el 95% de las viviendas disponen de estos servicios, las parroquias rurales son aquellas en donde se presenta el menor porcentaje de acceso a estos servicios, siendo La Carolina la parroquia la parroquia con mayor déficit; apenas el 40% de las viviendas disponen de éstos cuatro servicios, seguida de la parroquia de Lita 45%, Angochagua 58%, Ambuquí 64%. La Esperanza 72%, Salinas 83% y San Antonio 89%.

De lo expuesto, se evidencia que existe un desequilibrio en cuanto a la dotación de servicios básicos en el cantón sobretodo en las áreas rurales; lo que determina la calidad de vida de sus habitantes (las enfermedades más frecuentes en el sector rural son gastrointestinales, debido al consumo de agua principalmente).

**Porcentajes de acceso a servicios de agua potable,
Alcantarillado, luz eléctrica y recolección de basura**

Gráfico No. 3



FUENTE: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra

ELABORADO POR: La Autora

1.11. Actividades Económicas

Comercio interno de productos agrícolas, alimentos y bebidas. Las tierras templadas que permiten cultivos de cereales como avena, cebada, trigo, maíz, además de patatas y explotación forestal, y tierras más cálidas que se dedican al café, caña y frutales. Se puede establecer que la ciudad de Ibarra posee la siguiente clasificación de las actividades económicas y empresariales

1.11.1 Sector Agropecuario

1.11.1.1. Agricultura

Comprende todos los pobladores que siembran y cosechan productos agrícolas para ofrecer en los diferentes mercados de la ciudad, es considerada como una de las actividades económicas más relevantes de la ciudad.

1.11.1.2. Pecuario

En el cantón ésta actividad comprende a la cría del ganado vacuno, equino, porcino y bovino.

1.11.2. Sector Industrial

1.11.2.1. Artesanales

Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folclóricas de cada sector de la provincia y de la ciudad.

1.11.2.2. Metalmecánica

Este importante sector de la microempresa en la Provincia de Imbabura y la ciudad de Ibarra está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos terminados como puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, papeleras, sillas, etc. Cabe señalar que este sector desarrolla su actividad paralelamente a la actividad de la construcción en forma complementaria.

1.11.2.3 Textiles y Confecciones

Caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

1.11.2.4. De la construcción

A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción como por ejemplo la fabricación de ladrillos, bloques, adoquines, tubos que son necesarios en la construcción.

1.11.2.5. Maderero Forestal

Comprende las actividades que realizan los expendedores de madera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.

1.11.2.6. Producción de Lácteos

Se reconoce a los productores de leche, quesos, yogurt y otros derivados de la leche, y se puede reconocer en la ciudad, la Floralp como una industria de lácteos más importante de la ciudad y del país.

1.11.2.7. Tababuela

Dentro del cantón existe la Industria Azucarera Tababuela reconocida a nivel nacional e internacional por la elaboración de tan reconocido producto como es la azúcar.

1.11.3 Sector Servicios

1.11.3.1. Alimenticio

Este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, hoteles, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos. Las Culturas indígenas y mestizas,

han creado en conjunto, múltiples recetas y se han prestado durante siglos sus saberes. Desde entonces Ibarra cuenta con una múltiple gama de sabores y colores en su gastronomía, de los cuales, se presentan algunas de las variedades gastronómicas de la Ciudad Blanca:

- Helados de Paila.- Los deliciosos helados de paila ya son una tradición, ubicados principalmente en el centro de la ciudad.
- El Alpargate.- Este sector está lleno de casas de adobe, además aquí están restaurantes que ofrecen comida típica.
- Nogadas y Arrope de mora.- Estas tradicionales golosinas están ubicadas en la Merced.
- Empanadas de morocho, humitas, quimbolitos, caldo de patas, tortillas con caucara, papas con cuero, fritada, hornado, entre otras delicias que se ofrece en la ciudad.

1.11.3.2. Servicios Turísticos

Su belleza escénica natural y cultural se pone de manifiesto en sus lagos, lagunas, montañas, ríos, artesanía, grupos étnicos, música, danza y gastronomía, todo esto conjugado con la amabilidad de su gente y el mejor clima del Ecuador. La iniciativa de varias personas ha permitido el desarrollo de nuevas alternativas de servicios turísticos y forma de realizar el turismo, es así que el turismo comunitario, el turismo de hacienda, el turismo ecológico, el turismo de aventura, el turismo cultural, el turismo gastronómico, son productos que siempre existieron y que invitamos a disfrutar y explotar detalladamente. En Ibarra sus residentes han desarrollado actividades industriales, comerciales, empresariales y culturales vinculadas con el turismo, llegando a posicionarla como una de las “ciudades turísticas” del Ecuador.

1.11.3.3. Gráficas e Impresiones

Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipográficas, diseños y estampados, copiadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.

1.11.3.4. Servicios Técnicos y Profesionales

Se considera en este sector a aquellas actividades que independientemente realizan diferentes tipos de profesionales, especialmente en la prestación de servicios, como son por ejemplo, talleres de arreglo de radio y televisión, zapaterías, arreglos de bicicletas, mecánicas automotrices, despachos de abogados, consultorías y asesorías profesionales en general.

1.12. Desarrollo Económico

El desarrollo socio-económico y sostenido de la ciudad de Ibarra, involucra la participación decidida de todos los actores que viven en ella, es así como: el sector público, representado por las autoridades elegidas por voto popular; el sector privado, representado por las personas naturales y jurídicas que realizan una actividad productiva, y el sector social o conocida como sociedad civil, representada por todos los habitantes comunes permiten dar un valor agregado a los recursos naturales y humanos para beneficio de la ciudad o fuera de ella.

1.13. Estadística Poblacional

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes; en Ibarra como sucede en la mayoría de las ciudades imbabureñas, los mestizos son el grupo étnico mayoritario que en Ibarra corresponde al 65% de la población, seguido por los caucásicos

(descendientes de europeos y argentinos) con un 22%, seguido por los castizos (unión de mestizos con blancos) 7%, atrás los asiáticos con un 3%, los negros con un 2% y el 1% restante lo constituyen mulatos, indígenas y otros grupos. La ciudad de Ibarra tiene una población bastante envejecida, más del 35% de la población pasa de los 45 años, un 25% son menores de 25 y el restante 40% son personas adultas de entre los 25 y los 45 años, el número de hijos por mujer es de 1,4 hijos x mujer, y la tasa de crecimiento poblacional baja dramáticamente, por ello para 2010 esta estaba en 1,8% de crecimiento anual.

Cuadro No. 2

GENERO	# HABITANTES	PORCENTAJE
FEMENINO	93.389	51.55%
MASCULINO	87.786	48.45%

FUENTE: VI Censo de Población 2011. INEC, Plan de Desarrollo Humano 2010-2015

ELABORADO POR: La Autora

1.13.1 Población Económicamente Activa PEA

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios, éstos se agrupan en los siguientes: sector I de las actividades agropecuarias; sector II industrias, y III servicios. Cada uno de estos sectores genera el Producto Interno Bruto PIB o también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que, la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el país o provincia, en un año.

Además Ibarra tiene 9.485 establecimientos económicos, los mismos que han generado 1700 millones de ingresos por ventas, con un total de 28.731 personas empleadas y con una inversión en activos fijos por 16,6 millones de dólares en el año 2009.

Del total de la población, se la clasifica entre población económicamente activa e inactiva, ya que para la presente propuesta se considerará los primero como demanda potencial residente y los segundos como factor humano a considerar para poner en marcha este proyecto.

Cuadro No. 3

Población Económicamente Activa E Inactiva (10 años y más) del Cantón Ibarra y sus Parroquias - Provincia de Imbabura

CANTÓN	PARROQUIA	SEXO	PEA	PEI	Total
IBARRA	AMBUQUI	Hombre	1.385	738	2.123
		Mujer	841	1.382	2.223
		Total	2.226	2.120	4.346
	ANGOCHAGUA		PEA	PEI	Total
		Hombre	723	498	1.221
		Mujer	438	992	1.430
		Total	1.161	1.490	2.651
	CAROLINA		PEA	PEI	Total
		Hombre	806	337	1.143
		Mujer	252	773	1.025
		Total	1.058	1.110	2.168
	IBARRA		PEA	PEI	Total
		Hombre	35.910	17.923	53.833
		Mujer	27.960	31.704	59.664
		Total	63.870	49.627	113.497
	LA ESPERANZA		PEA	PEI	Total
		Hombre	1.892	1.033	2.925
		Mujer	853	2.046	2.899
		Total	2.745	3.079	5.824
	LITA		PEA	PEI	Total
		Hombre	893	369	1.262
		Mujer	306	799	1.105
		Total	1.199	1.168	2.367
	SALINAS		PEA	PEI	Total
		Hombre	464	221	685

		Mujer	250	439	689
		Total	714	660	1.374
	SAN ANTONIO		PEA	PEI	Total
		Hombre	4.622	2.296	6.918
		Mujer	2.887	4.333	7.220
		Total	7.509	6.629	14.138
	Total		PEA	PEI	Total
		Hombre	46.695	23.415	70.110
		Mujer	33.787	42.468	76.255
		Total	80.482	65.883	146.365

FUENTE: CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA (CPV 2010). INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS.
ELABORADO POR UNIDAD DE PROCESAMIENTO (UP) DE DIRECCIÓN DE ESTUDIOS ANALÍTICOS
ESTADÍSTICOS

Como se puede observar tenemos 80.482 habitantes como población económicamente activa, si consideramos familias compuestas por cuatro miembros, nuestra demanda potencial será de 20.120 familias, que tiene la posibilidad de acceder a este nuevo tipo de servicios a ofertarse en el Cantón.

Así mismo, existen 65.683 habitantes como población económica no inactiva, considerando cuatro miembros estaríamos hablando de 16.420 familias inactivas.

2. Identificación de la población en estudio

El universo a estudiar será la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra siendo 80.482 personas según el censo del año 2010.

Al total de la población económicamente activa se ha dividido para 4 tomando en cuenta el componente familiar según el INEC, para obtener el número de familias las cuales serán investigadas

$$\text{Numero de Familias} = \frac{\text{PEA}}{\text{componente familiar}}$$

$$\text{Numero de Familias} = \frac{80.482}{4}$$

$$\text{Numero de Familias} = 20.120$$

2.1.Muestra

Considerando que la población a investigar estudiar es significativa se decidió obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 20.120

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (20120)}{(0,05)^2 (20120 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

n= 377

Aplicando la fórmula, la muestra sería de 377 familias a las que se debe levantar la información.

2.2. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizará a población económicamente de la zona urbana de la ciudad de Ibarra representada por las familias.
- **Entrevistas:** se efectuará a los administradores de hosterías para mascotas
- **Observación directa:** consiste en visitar personalmente los lugares en estudio.

Información secundaria: se la obtendrá de libros, planes de desarrollo revistas especializadas, folletos, trabajos relacionados al tema e internet.

3. Tabulación y análisis de la información

3.1. Resultados de la encuesta

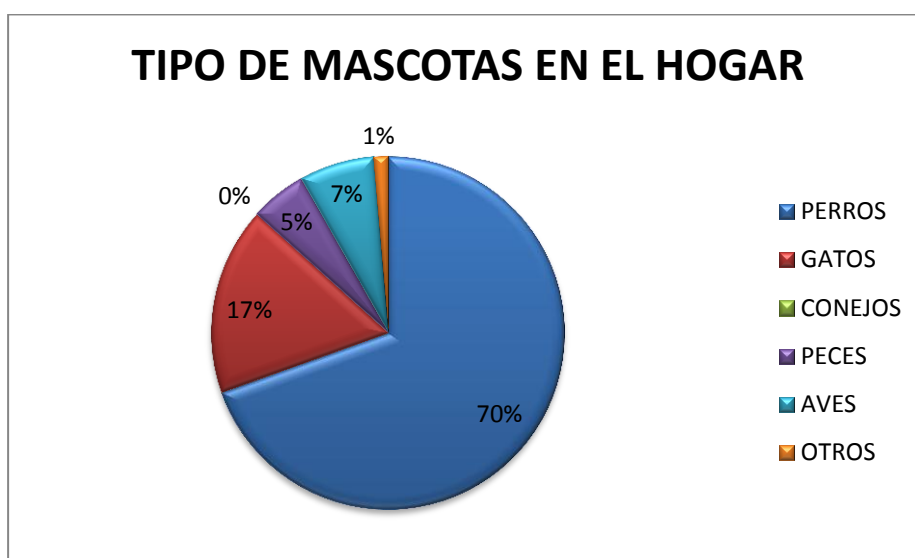
1.- ¿QUÉ TIPO DE MASCOTA TIENE EN CASA?

Cuadro N°4

Tipo de Mascotas en el Hogar

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PERROS	262	69.53%
GATOS	65	17.17%
CONEJOS	0	0%
PECES	19	5.15%
AVES	26	6.87%
OTROS	5	1.28%
TOTAL	377	100%

Gráfico N°4



*Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora*

ANÁLISIS:

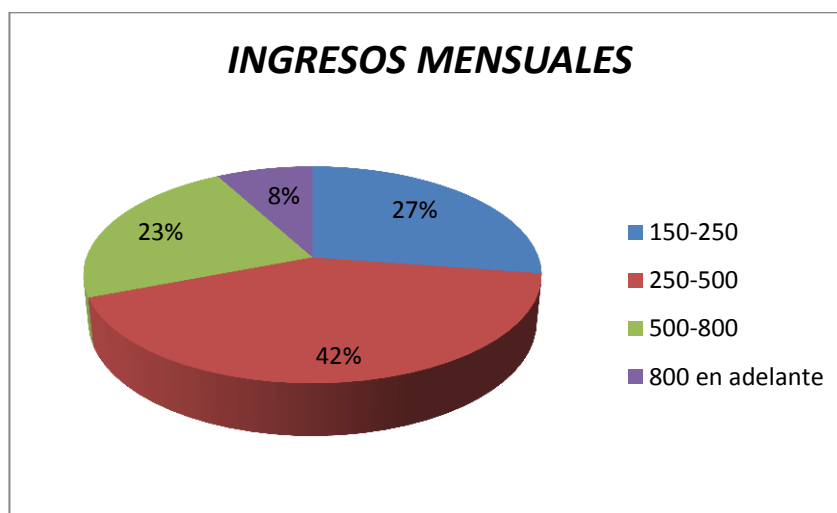
Según la información obtenida las familias de la Ciudad de Ibarra provincia de Imbabura tienen mayor preferencia por los perros, ya que son mascotas que brindan mayor seguridad y es considerado el mejor amigo del hombre, seguido por los gatos, mientras que una minoría prefieren mascotas como las aves y los peces, y no tienen como preferencia a los conejos como mascotas.

2. SUS INGRESOS MENSUALES SE ENCUENTRAN ENTRE:

Cuadro No. 5
Ingresos Mensuales

Categorías	Frecuencias	Porcentajes
150-250	104	27.5%
250-500	157	42%
500-800	86	23%
800 en adelante	30	8%
TOTAL	377	100%

Gráfico No. 5



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de las familias encuestadas, mencionó que percibe un ingreso mensual de entre los 250-500 dólares, lo que permitirá a estas familias destinar un pequeño porcentaje al cuidado básico de su mascota, mientras que otra grupo citó generar un ingreso menor al sueldo básico, donde la cantidad destinada al cuidado de su mascota puede ser casi nulo; menos de la cuarta parte explicó que tiene un ingreso igual o superior a la canasta básica, permitiendo un cuidado mejor para su mascota; y tan solo una mínima parte obtiene ingresos superiores a los 800, lo cual permite un nivel de cuidados superiores donde se incluyen servicios básicos y otros tipos de servicios.

4. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

Cuadro No. 6

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación y clima de la ciudad• Nivel de educación• Mayoría de viviendas sector urbano• Cobertura de los servicios básicos• PEA• Existencia de mascotas• Niveles de ingresos medio – altos	<ul style="list-style-type: none">• Actividad económica secundaria• Número de habitantes• Incremento de inversión• Mayor Oferta Agregada• Empleo
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">• Niveles de ingresos bajos• Actividades primarias y secundarias	<ul style="list-style-type: none">• Servicios de salud• Analfabetismo• PEI

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: La Autora

5. DETERMINACION DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSION

Las actividades productivas de la ciudad de Ibarra, se encuentran establecidas en su mayoría por los sectores primarios y secundarios, y en menor escala se encuentra el sector terciario, lo que de alguna manera se podría indicar que son los primeros los que aportan al desarrollo y crecimiento de la ciudad, consideración fundamental para incursionar y desarrollar en mayor magnitud el sector servicios a través de la diversificación de los mismos, tomando en cuenta las características propias del área de intervención desde la perspectiva socio económica.

Después de haber utilizado fuentes primarias y secundarias de investigación como las encuestas y datos bibliográficos, se puede concebir que la situación actual de las familias del sector son adecuadas y propicias para el establecimiento de la presente propuesta, sobre todo tomando en cuenta su nivel de ingresos que ha mejorado sustancialmente su nivel de vida, lo que de alguna manera ha permitido tener mascotas en la mayoría de los hogares de la localidad, vislumbrando la oportunidad de establecer una Hostería para Mascotas que brinde los servicios que requieren estas familias para sus mascotas.

Por lo que se debe aprovechar al máximo la oportunidad existente, para potencializar la actividad servicios, contrarrestando los posibles riesgos que pueden afectar a la presente inversión, el panorama actual se presenta favorable para la implementación de la microempresa Hostería para Mascotas en la ciudad de Ibarra, tanto desde la perspectiva financiera, como desde la perspectiva social y laboral con la creación de nuevas fuentes de trabajo para las familias del sector.

CAPÍTULO II

3. MARCO TEÓRICO

3.1. La empresa

Para PÁEZ Roberto N. (2008). Manifiesta: *“Empresa en una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”*. Pág. 3

ROMERO, Javier (2006). Afirma: *“Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”*. Pág. 257.

La empresa es una identidad independiente que esta encaminada a la transformación de la materia prima en productos terminados, también se dedica a la comercialización de productos es decir a la venta donde su propósito es aumentar el nivel de ventas para obtener mejores utilidades.

3.1.1. Objetivos de la empresa

- Atraer clientes con productos de buena calidad y a precios razonables
- Obtener niveles de calidad en la entrega de productos
- Satisfacer las necesidades del cliente con productos de acuerdo al requerimiento
- Conservar y aumentar el nivel de cuentas, con alternativas de pago para el cliente
- Mantener la seriedad en la distribución de productos
- Disminuir las perdidas en productos predecibles

- Cumplir con las obligaciones laborales y pagos de ley

3.1.2. Recursos de la empresa

Según el autor Zuani Rafael la empresa para el desarrollo de sus actividades necesita de una serie de elementos diferentes para su total y buen funcionamiento como son los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

- **Humano:** Los recursos humanos son conjuntos de habilidades y experiencias, conocimientos y competencias de personal que integra la empresa, es decir es el elemento principal y fundamental sin el recurso humano ninguna entidad no podría existir, ya que está conformado por los individuos que son los colaboradores internos que laboran y forjan el desarrollo de la empresa.
- **Materiales:** Son los bienes tangibles e insumos propiedad de la organización, con el que la empresa cuenta es decir la infraestructura, útiles de oficina, equipos de computación, maquinarias y similares que permiten la realización de actividades.
- **Tecnológicos:** Es la aplicación del conocimiento científico al desarrollo de actividades prácticas y sistemáticas tales como: la maquinaria, equipos, procesos, comprende también los sistemas operativos como formulas o patentes, contables o de información, que sirven para optimizar el trabajo en base a la tecnología.
- **Financieros:** Son los elementos monetarios de que dispone la empresa para ejecutar sus decisiones, esto proviene de las

aportaciones de los socios, las utilidades y las ventas, así como los préstamos, créditos y emisión de valores

3.2. Clasificación de la empresa

A continuación PÁEZ, Roberto. Comenta la clasificación de las empresas:

3.2.1. Empresas industriales

Según LAMB, Hair y McDaniel, (2007). Define: *“Las empresas son las que se dedican a la transformación a través de la materias primas, obtienen un producto final. Las empresas industriales pueden ser extractivas o manufactureras: las primeras se dedican a la explotación de los recursos naturales y las segundas transforman la materia prima en productos terminados”*. Pág.68

Las empresas industriales son aquellas que se encargan de obtener productos terminados a través de la materia prima, los mismos van dirigidos a los diferentes mercados al igual a mercados objetivos que la industria ya tiene conocidos.

3.2.2. Empresas comerciales

Para SANDHUSEN, Richard L. (2005). Manifiesta: *“Las empresas comerciales son intermediarios entre el productor y el consumidor, y su función principal, es la compra y venta de productos terminados que los destinan a diferentes tipos de consumidores”*.Pág.28

Las empresas comerciales son las que adquieren bienes o mercancías para su venta posterior. Las empresas comerciales se clasifican a su vez

en mayoristas (adquieren bienes en grandes cantidades para distribuir, normalmente entre los minoristas), minoristas (venden a una escala mucho menor que los mayoristas, normalmente al consumidor final del producto), y las terceras son las comisionistas (se encargan de vender productos a cambio de una comisión).

Pueden ser de tres tipos:

- **Mayoristas:** son empresas que efectúan ventas a gran escala y que distribuyen el producto directamente al consumidor.
- **Minoristas o detallistas:** son los que venden productos al menudeo, con cantidades al consumidor.
- **Comisionistas:** se dedican a vender mercancías que los productores les dan, a consignación percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3.2.3. Empresas de servicios

Según, STANTON, Etzel y Walker, (2006). Manifiesta: *“Los servicios son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”*. Pág.31

Las empresas de servicios son caracterizadas por la venta de servicios, bien sean profesionales o de cualquier otro tipo. Los servicios tiene tres características: son intangibles (no se pueden tocar), son heterogéneos (son diferentes en función de la demanda de las personas) y la tercera es que caducan, tiene una permanencia en el tiempo y se tiene que utilizar cuando están en uso.

3.3. Tipos de empresas

A continuación se presenta los diferentes tipos de empresas mas conocidos en nuestro medio:

3.3.1. Compañía en nombre colectivo

Está dentro de las sociedades mercantiles y tiene un carácter personalista. Funciona bajo un nombre colectivo o razón social, participando todos los socios en un plano de igualdad. Entre los socios cabe distinguir dos tipos, el que aporta bienes a la sociedad que se denomina "Socio capitalista" y el que aporta industria (trabajos, servicios o actividad en general) "Socio industrial".

a) Características

- Además, la responsabilidad es ilimitada ya que no se limita al capital aportado por el socio, sino a todos sus bienes presentes y futuros, y también es solidaria porque los acreedores pueden dirigirse contra cualquiera de los socios por el importe de la deuda, aunque luego éste pueda reclamar a los demás socios la parte que corresponda a cada uno.
- La ventaja principal es que supone la forma más sencilla de constituirse como sociedad mercantil, tanto en lo que se refiere a la constitución como a la administración y contabilidad.
- En las sociedades mercantiles suele ser necesario aportar un capital mínimo para la constitución pero este no es el caso. Por otro lado, aunque el mínimo son dos socios, no existe máximo, lo que puede ser ventajoso para el desarrollo futuro de la empresa.

3.3.2. Compañía de responsabilidad limitada

Es una sociedad de naturaleza mercantil, con un capital determinado, integrado por las participaciones sociales de los socios, con la gran ventaja de que éstos no responderán personalmente de las deudas sociales (la responsabilidad del socio por las deudas está limitada a las aportaciones que haya realizado), ni siquiera cuando se agote el patrimonio social ya que no tienen responsabilidad subsidiaria.

a) Características:

- Se trata de una sociedad de carácter predominantemente capitalista
- No puede atraer capitales ajenos por medio de la emisión de obligaciones.
- Su gestión y representación se encomienda a órganos específicos tales como la Junta General y Administradores.

3.3.3. Sociedad anónima

Es una sociedad mercantil de tipo capitalista en la que el capital social está dividido en acciones (pequeñas partes del capital) que pueden ser transmitidas libremente una vez que la Sociedad esté inscrita en el Registro Mercantil.

a) Los Socios tienen los siguientes derechos:

- participar en el reparto de los beneficios sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación, en función del número de acciones que posea cada uno.

- derecho preferente en la suscripción de nuevas acciones (tienen prioridad para comprar nuevas acciones).
- derecho a voto en las Juntas Generales.
- derecho de información en los períodos establecidos en los Estatutos.

b) La sociedad se compone de los siguientes Órganos:

- **Junta General de accionistas:** Órgano deliberante que expresa con sus acuerdos la voluntad social. Se define como reunión de accionistas, debidamente convocados para deliberar y decidir por mayoría sobre asuntos sociales propios de su competencia.
- **Junta general ordinaria:** que se reunirá necesariamente dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio, para censurar la gestión social, aprobar las cuentas del ejercicio anterior y resolver sobre la aplicación del resultado.
- **Junta extraordinaria:** que deberá ser convocada por los administradores, cuando lo estimen conveniente para los intereses sociales o cuando lo solicite un número de socios titular de, al menos, un cinco por ciento del capital social.
- **Administradores:** Órgano ejecutivo encargado de la gestión permanente de la sociedad y de representar a la misma en sus relaciones con terceros.

3.3.4. Requisitos para la constitución de una empresa

Los requisitos que se debe presentar para la constitución de la empresa son:

1. El registro único de contribuyente (RUC)

a) Requisitos

- Cédula de representante legal

- Copia de certificado de votación
- Recibo de pago de agua, luz, teléfono

2. Patente municipal

b) Requisitos

- Recibo del último pago del impuesto predial
- Copia del RUC
- Documentos personales del representante legal

3. Para obtener el Permiso de funcionamiento

c) Requisitos

- Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

3.4. Hostería de mascotas

<http://www.hotelesperros.com/>. Manifiesta: *“Es un lugar en donde se brinda servicios para mascotas, entre nuestros servicios están: cuidados integrales de belleza, adiestramiento, asesoramiento en la compra de cachorros, maternidad, guardería, asistencia en viajes de mascotas, manejo de ejemplares para exposiciones, asistencia veterinaria, alquiler de jaulas de transporte, trámites para viajes internacionales y nacionales de mascotas”*.

La hostería para mascotas son lugares en donde se brinda cuidados especiales para mascotas en los momentos en que sus dueños no los

pueden a tender a demás se da la respectiva educación como también una adecuada alimentación donde sus dueños se sientan satisfechos

3.4.1. Principales servicios

<http://www.lordguau.com/20-contenido-general/quienes-somos>. Menciona los servicios que la hostería para mascotas brinda a sus clientes:

- mantenimiento de pelaje para show.
- Adiestramiento para pista.
- Inscripción al evento.
- Manejo de ejemplares en pistas.
- Hospedaje y transporte durante la duración del evento.
- Alquiler de jaulas para transporte.

3.4.2. Funciones y servicios

<http://www.argentino.com.ar/ocikos-hosteriamascotas>. Manifiesta: Las funciones que la hostería de mascotas presenta son muy importantes para el cuidado de los perros:

- Cuidar el bienestar de las mascotas, contribuyendo de esta manera a la salud y el bienestar de los seres humanos y del ambiente.
- Mantener a las mascotas limpias y saludables y cuidar de su ase permanente
- Conservar los lugares y espacios verdes en perfectas condiciones
- Brindar una alimentación sana y además mantener los productos frescos

3.4.3. Cuidado de mascotas

Según el autor ZAMUDIO Enrique. Manifiesta: El buen cuidado de la mascota depende principalmente de una buena prevención del conjunto de los problemas específicos que pueden alcanzar al animal. Conociéndolos y previniéndolos, lograremos que estos no lleguen. Y si lo hacen, podremos atajarlos a tiempo y minimizarlos.

- **El baño:** La mayoría de las mascotas disfrutan en el agua y se bañan de buena gana. Los baños les ayudan en los periodos de más calor y también son beneficiosos para la reeducación de los animales que han sufrido recientemente una intervención ósea o articular.
- **El cepillado:** La muda se da dos veces al año en las mascotas. La más importante se sitúa en torno a mayo, a causa de la caída del pelo de invierno. El pelaje de verano cae hacia septiembre. Por tanto, en primavera y en otoño será natural que tu mascota pierda abundantemente pelo.
- **Cuidado dental:** El tártaro dental que se adhiere cerca de las encías son los responsables del mal aliento en la boca de la mascota. La acumulación de este depósito en el cual se desarrollan bacterias va a incendiar la encía y puede acarrear, a largo plazo, una descalcificación de los dientes.
- **Cuidado de los oídos:** Debes verificar periódicamente el interior de las orejas de la mascota (sobre todo con los perros con orejas colgantes, que son más propenso a enfermedades auditivas).

- **Cuidado de los ojos:** Puedes limpiar cada día la esquina de los ojos de su mascota con algodón empapado en suero fisiológico o con agua hervida, con el fin de quitar las secreciones y evitar la aparición de coloraciones rojizas. Ciertos lagrimeos pueden ser causados por pelos demasiado largos que irritan los ojos. Si es el caso, puedes pedirle a un veterinario que los corte.
- **Las vacunas:** La vacunación es la mejor prevención posible contra las enfermedades corrientes que pueden sufrir las mascotas. Una mascota debe ser vacunado cada año, hasta ser adulto: cuando el perro alcanza 5 años, es esencial consultar a un veterinario regularmente con el fin de detectar de manera precoz y prevenir las enfermedades que acompañan el envejecimiento. Para las vacunas, su veterinario es quién mejor puede ayudarle.

a) Perros

- **Dale siempre de comer a la misma hora:** Un perro sano funciona como un reloj y te ayudará a controlar el cuando realiza sus necesidades.
- **Tan malo es darle demasiada comida como demasiada poca:** Además, el tipo y cantidad de comida que se le ha de dar varía con su edad y su desarrollo. Pregunta al criador o al veterinario.
- **Enséñale a comer como es debido:** Ponle la comida en el plato, y si se hace el remolón, a los 15 minutos se la quitas (sin compasión). Aprenderá a comer sin entretenerse.
- **La ración diaria, es conveniente repartírsela en tres comidas (a los cachorros) y en dos (a los adultos):** Es normal que en el caso de los adultos se les dé una sola comida diaria, pero yo le encuentro pocas ventajas y bastantes inconvenientes.

- **El perro siempre ha de tener a mano agua fresca y limpia:** En verano, a veces, es conveniente racionársela un poco, pues si bebe en exceso le puede provocar diarreas (la forma de saber que el perro está bebiendo demasiado es cuando necesitas una fregona en vez de un papel de periódico, para recoger sus deposiciones).
- **No debe dársele comida fuera de horario, o siempre estará pidiendo:** Y jamás se le debe dar comida de la nuestra mientras estamos en la mesa, menos aún si es un cachorrillo.

b) Gatos

- **Es necesario bañarlos:** Un gato sano es un animal muy limpio. Entierra sus heces después de hacer sus necesidades y realiza su propio aseo varias veces al día.
- **Es necesario cepillarlos:** El cepillado es un hábito que conviene empezar tempranamente en la vida del gatito.
- **Es necesario desparasitarlos:** Es conveniente empezar suministrándole una primera dosis de antiparasitarios a los 15 días de nacido. Treinta días después, deberá recibir una segunda dosis; a los 45 días una tercera y a los 3 meses una cuarta.
- **Como alimentarlos:** La correcta alimentación del gato es otro factor clave para su bienestar y larga vida.
- **Cortarles los bigotes:** Los bigotes del gato son verdaderos sensores que entregan al animal importante información de su entorno inmediato.

c) Aves

- **La Muda:** Este es un proceso por el que pasan todas las aves, consiste en la sustitución del plumaje mas antiguo y deteriorado por otro nuevo, este periodo lleva consigo un desgaste que hay que suplirlo con una dieta rica en Grasas
- **Cuidados de las Uñas:** Si un ave no consigue desgastar de una manera aceptable sus Uñas, nos veremos en la Obligación de recortárselas, con el fin de que el ave no se enganche o se rompa el mismo.
- **Cuidados del Pico:** Al igual que el caso de las Uñas, el pico sufre un crecimiento progresivo que se ve frenado por el desgaste durante la actividad habitual del ave, debemos tener dentro de la jaula bloques de Calcio.

d) Peces

- **El tamaño de nuestro acuario es fundamental:** Una de las primeras cosas que tenemos que tener en cuenta cuando tenemos peces en casa es que un acuario es un espacio cerrado.
- **Asegúrate de que los peces se lleven bien entre ellos:** No todos los peces se llevan bien entre ellos, los hay más vivos, más huidizos, más voraces, los hay incluso que se comen otros peces.
- **El agua siempre limpia:** Es fundamental que mantengamos el agua de nuestro acuario limpia. Para ello resulta indispensable instalar un filtro en nuestra pecera. Mantendrá el agua limpia de cualquier impureza.

- **Tienes pensado comprar peces tropicales:** Si nuestros peces son tropicales o de agua templada, deberemos comprar un calentador para mantener el agua a la temperatura correcta.
- **La iluminación es fundamental:** Será necesario que compres una luz para tu acuario, ya que no es aconsejable que la luz del sol incida directamente sobre la pecera.
- **Introduce los peces en la pecera poco a poco:** Cuando hayas llenado tu pecera de agua, no introduces los peces de golpe. Mantén los filtros limpiando el agua durante por lo menos 24h y elimina el cloro que pueda contener.
- **No te olvides de alimentar a tus peces:** Tus peces comen, y dependen de ti para ello. No te olvides de ellos y dales de comer con regularidad. Cada especie comerá alimentos distintos a tiempos distintos, asegúrate de preguntar a tu veterinario qué comen tus peces y con qué regularidad lo hacen.

3.4.4. Estética

<http://www.20minutos.es/noticia/6881/0/peluqueria/estetica/mascotas/>. Manifiesta: *“Es el arreglo de las mascotas varía de acuerdo a su raza, a sus necesidades o bien a la “moda”. Cada vez surgen más escuelas para estilistas de mascotas, así como salones de belleza que abren sus puertas alrededor del mundo, ofreciendo una gran variedad de servicios y productos para el cuidado y embellecimiento de éstas mascotas”*.

Puede encontrarse en el mercado una extensa variedad de productos de belleza de mascotas que van desde los más usuales como: cepillos, champús, acondicionadores y lociones, hasta los menos comunes como tintes para el pelo o las narices descoloridas, pintauñas y lápices

lagrimales. Los servicios que ofrecen las estéticas de mascotas generalmente son: baño, corte de pelo, cepillado, peinado, corte y limpieza de uñas, limpieza de orejas, limpieza de glándulas anales.

Además algunas estéticas ofrecen estos servicios a domicilio:

- **Peluquería:** El servicio de peluquería se encarga en el proceso de realizar el cuidado de las uñas su limpieza, el corte del pelo, peinados, tratamientos para el cabello.
- **Cepillado:** La cepillada se da de acuerdo a los requerimientos de la mascota. La más importante se sitúa en torno a mayo, a causa de la caída del pelo de invierno. El pelaje de verano cae hacia septiembre. Por tanto, en primavera y en otoño será natural que tu perro pierda abundantemente pelo.
- **Bañado:** La mayoría de las mascotas disfrutan en el agua y se bañan de buena gana. Los baños les ayudan en los periodos de más calor y también son beneficiosos para la reeducación de los animales que han sufrido recientemente una intervención ósea o articular.

3.4.5. Control veterinario

<http://es.wikipedia.org/wiki/Veterinaria>.” Se denomina *veterinaria (del latín veterinae, bestia o animal de carga)* a la ciencia de prevenir, diagnosticar y curar las enfermedades de las mascotas, animales silvestres y animales de producción. En la actualidad se ocupa también de la inspección y del control sanitario de los alimentos, la

prevención de zoonosis. El profesional que pone en práctica esta ciencia es llamado médico veterinario”.

La medicina veterinaria es tan antigua como la relación hombre/animal, pero ha crecido exponencialmente en los últimos años debido a la disponibilidad de los nuevos avances técnicos en el diagnóstico y en la terapia para muchas especies. Un sinónimo de veterinario es la palabra albéitar, de origen árabe. Uno de sus significados es el que hace referencia a la persona encargada de curar las patologías de los caballos, animales tan importantes para la cultura árabe.

- **Desparasitación:** La desparasitación, al igual que sucede con las vacunas, dependiendo de los antiparasitarios que se usen y las circunstancias de la mascota, se deberá iniciar entre los 15 días y los 3 meses.
- **La vacunación:** Consiste en introducir en el organismo un agente (bacteria, virus, molécula, etc.) desprovisto de patogenicidad, pero que conserva su inmunogenicidad (su capacidad de inducir una respuesta inmune).

3.4.6. Primeros auxilios para mascotas

<http://definicion.de/primeros-auxilios/>. Manifiesta: “*Los primeros auxilios son todas aquellas medidas o actuaciones que realiza el auxiliador, en el mismo lugar donde ha ocurrido el accidente y con material prácticamente improvisado, hasta la llegada de personal especializado*”.

Los primeros auxilios no son tratamientos médicos. Son acciones de emergencia para reducir los efectos de las lesiones y estabilizar el estado del accidentado. Y esto último es lo que le concede la importancia a los

primeros auxilios, de esta primera actuación va a depender en gran medida el estado general y posterior evolución del herido. Así mismo, es una obligación moral.

Accidentes más comunes que se presentan:

- **Sangrado:** Los sangrados son ocasionados por algún accidente y hay que asistirlo inmediatamente.
- **Venenos:** El veneno es adquirido por que la mascota ha comido algún producto contagiado de algún tipo de veneno para ese problema hay que actuar rápidamente.
- **Heridas:** Las heridas son muy riesgosas en las mascotas suelen llevarlos hasta la muerte si no son atendidas rápidamente.
- **Atragantamiento.** Son ocasionadas por consumir gran cantidad de alimentos duros como huesos, etc.
- **Diarrea:** Es un mal que muchas veces es por el mal estado estomacal que la mascota padece o por haber consumido comidas dañadas.
- **Convulsiones:** Son alteraciones del cuerpo que al pasar delo tiempo las mascotas suelen presentar.
- **Desmayos:** Los desmayos están dados por la falta de alimentación de las mascotas es la presencia de la debilidad.
- **Quemaduras:** Son problemas que no se presentan siempre son a causa de algún peligro en el que esté involucrada la mascota.
- **Ahogo:** Los hongos son provocados por el desaseo de la mascota, es la presencia de bacterias que comienzan a dañar poco a poco el cuero cabelludo.

- **Fracturas:** Las fracturas son provocadas a base de las mismas mascotas por estar en ligare peligrosos.

3.5. Tienda de mascotas

<http://www.tiendasmascotas.com/productos.html>. Manifiesta:
“Las tiendas de mascotas son centros de expendio que ofrecen productos como alimentación, bebidas medicamentos y demás accesorios”.

En las tiendas de perros podemos encontrarnos con una diversidad enorme en cuanto a accesorios, y entre los más vendidos se encuentran las casetas para mascotas, los productos de higiene y acicalamiento, alimentos, golosinas, ropa, correas, collares, camas entre muchos más y como decíamos, es la variedad en estos productos que hace que la gente se dirija a las tiendas de mascotas para conseguir todo lo que necesita para el cuidado de su mascota.

3.5.1. Servicios que prestan

Los servicios que ofrecen las tiendas para mascotas son:

- Las tiendas de mascotas realizan las ventas de productos de consumo para mascotas
- Cuentan también con un personal especializado en el cuidado de las mascotas que se dedican a pasear y a entretenerlos hasta que sus dueños puedan regresar por ellos.
- También brindan el servicio de profesionales en peluquería canina, que se encargan de bañarlos y cortarles el pelo y las uñas

- Además cuentan con el servicio de veterinarios profesionales que son los encargados de chequear y diagnosticar el estado de la mascota

3.6. Fundamentos del mercado

3.6.1. Estudio de Mercado

Para, NASSIR, S. Chaín. (2007). Menciona: *“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”*. Pág. 54

Con respecto a lo manifestado por el autor: El estudio de mercado es el primer paso o fase del proceso de integración de mercadeo, también permite evaluar el grado de aceptación o rechazo del público consumidor hacia el productos o servicios, su finalidad consiste en reunir, registros y análisis de todos los datos sobre problemas relacionados con la transferencia de ventas de servicios y de producto al consumidor. Con el estudio de mercado se analiza el comportamiento actual tanto en la oferta o demanda de un producto o servicio, el mismo permitirá aplicar estrategias a la nueva microempresa que le ayuda a mejorar los mecanismos de venta y promociones que se deben aplicar.

3.6.2. Oferta

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 50.

Según los argumentos de los autores se puede argumentar que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores ponen a disposición de los consumidores en el mercado, con la finalidad de conseguir obtener utilidad que les garantice mantenerse y fortalecerse en sus actividades.

3.6.3. Demanda

CORDOBA PADILLA Marcial, (2006). Manifiesta: *“La demanda es la necesidad de satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial que debe cuantificarse a través de fuentes primarias y secundarias, dependiendo de la etapa en que se encuentra el proyecto y sus características particulares”*.Pág.163

Partiendo de la definición del autor Baca, la demanda es la manifestación de la voluntad de compra de un número de unidades de producto o servicio a un precio dado en el libre mercado, en la demanda se encuentra factores que pueden incidir en la decisión de compra, como es el precio, la calidad, la presentación, etc.

3.6.4. Producto

Los autores KERIN, Roger A., HARTLEY, Steven W., RUDELIUS, William (2006). Exponen: *“Es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor”*. Pág. 212

Según STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007), Manifiesta: *“Es un conjunto de atributos fundamentales unidos en una forma identificable”*. Pág. 220.

Con respecto al concepto de los autores mencionados al producto se lo define como un bien o servicio que esta disponible en el mercado que cuenta con las características necesarias para satisfacer las exigencias de los consumidores, además tienen la finalidad de sustituir a otros con el servicio y la calidad que ofrece.

3.6.5. Precio

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*. Pág. 30.

BACA, Gabriel. (2006) Afirma: *“Es la expresión monetaria que los productores están dispuestos a vender, y por ende los consumidores a comprar los bienes o servicios”*. Pág. 53

De acuerdo a lo manifestado por los autores el precio es el valor establecido para un bien o servicio que esta disponible en el mercado , muchas veces el precio depende de los costos de producción en caso de ser un producto otros depende del comportamiento del mercado para la fijación del precio.

3.6.6. Publicidad

Para MONTAÑO, S. Francisco (2005). Enuncia: *“Es el plan que contiene todos los elementos para enviar el mensaje al*

consumidor; es decir, transmite a éste la imagen de la empresa, del producto, o la de ambos". Pág.39

Según, PHILIP K. Gary (2007). Expresa: *"Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea en vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado". Pág. 461*

Con la aclaración de los autores con respecto a la publicidad se la puede definir como una estrategia de marketing que toda empresa necesita aplicar para incrementar el nivel de ventas de sus productos o para la prestación de servicios es una estrategia que permite dar a conocer directamente a los consumidores las características y beneficios que contiene el producto o servicios.

3.6.7. Distribución

Para KOTHER, Philip; (2008). Manifiesta *"La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio". Pág. 471.*

De acuerdo con lo expresado por el autor la distribución es el proceso por medio del cual el producto o servicio llega a manos del consumidor. Para lograr esto existen canales de distribución como intermediarios mayoristas, agentes, detallistas, internet entre otros. Por falta de conocimientos las empresas utilizan canales de distribución inadecuados lo cual incrementa los costos y ocasionan ineficiencia operativa.

Dentro de los canales de distribución cada empresa, dependiendo del producto que fabrique o servicio que preste, debe elegir el sistema más eficaz y más rentable para llegar al consumidor, de los tres más habituales que son:

- a. Productor – consumidor.
- b. Productor – minorista – consumidor.
- c. Productor – mayorista – minorista – consumidor

La distribución, es llegar a los consumidores finales con productos y servicios directamente, por catálogos, o por medio de la tecnología como la televisión, radio, internet.

3.6.8. Comercialización

En CHARLES W. Lamb, (2006). Menciona: *“Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto incide varias tareas como el embarque del producto a los puntos de distribución capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos a los negocios y a los consumidores potenciales”*. Pág.342

Con lo manifestado por el autor se puede definir a la comercialización como la estrategia de distribución del producto o servicio es la estrategia que e encarga de aplicar los mecanismos necesarios para llevara al producto o servicio directamente al consumidor, cuida y garantiza que la entrega sea en el tiempo previsto.

2.11. Estudio Técnico

En su obra SAPAG N; SAPAG R (2006). Comenta: *“El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a ésta área.”* Pág. 82, 83

Según el autor define al estudio técnico como muy fundamental para el desarrollo del proyecto, porque es el principalmente permitirá conocer el costo de la inversión que se debe tener para comenzar con las actividades del proyecto, otro punto importante es analizar la ubicación donde conviene ubicar la microempresa.

A continuación se menciona los siguientes puntos más importantes que hay que analizar:

- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Ingeniería del proyecto.

2.10.1 TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA.

Para BACA URBINA, Gabriel (2006). Dice: *“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.”* Pág. 84

De acuerdo a la definición del autor Se puede decir que el tamaño óptimo de la planta analiza varias razones como: la demanda del producto, la capacidad de producción, instalaciones que dispone la empresa, el capital inicial, disponibilidad de la materia prima.

2.10.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

SAPAG N; SAPAG R; ; (2006) : *“La localización puede tener un efecto condicionante sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.”* Pág. 190

Según la definición del autor se puede decir que la localización del proyecto es el análisis y evaluación de factores tecnológicos, que están al alcance para ayudar a que se desarrolle el proyecto con mas oportunidades.

2.11.3 Macro Localización

Según JACOME, Walter. (2005). Manifiesta: *“La Macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”*. Pág. 133

De acuerdo a lo afirmado por el autor se puede definir a la microlocalización como la encargada de buscar y analizar el lugar mas apropiado donde se desarrolle el proyecto, es la parte en donde se detalla específicamente la zona en donde se quiere crear la microempresa, el lugar debe contener factores que lo beneficien.

2.11.4 Micro Localización

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”*. Pág. 50

Con lo manifestado por el autor se puede decir que la micro localización consiste en tomar en cuenta una serie de factores los mismos permitirán conocer las características que el sector presenta para ser utilizadas en beneficio del desarrollo del proyecto, para este análisis se aplicara el método por puntos para dar sus valor correspondiente a cada un de las variables.

2.11.5 Factores de Localización

Los factores mas importante que intervienen en la localización del proyecto para mejor conocimiento son:

<p>Cuadro No. Factores de Localización</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Mano de obra • Materias prima • Energía eléctrica • Combustible • Agua • Mercado • Terrenos • La distribución • Comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de vías • Leyes y reglamentos • Clima • Evitar la contaminación • Disponibilidad y confiabilidad • Actitud de la comunidad • Zonas franca • Condiciones sociales • Condiciones culturales • Seguridad
<p>Fuente: Internet Elaborado por: La autora</p>	

2.12 ESTUDIO FINANCIERO

SAPAG N; SAPAG R; (2006) explica: *“La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de este etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores,*

elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad".Pag.59

Con lo manifestado por el autor sobre el estudio financiero se confirma que es una sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos realizados

El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto. El estudio financiero contiene:

- Inversiones: Inversiones Fijas, Diferidas, Capital de Trabajo
- Financiamiento
- Costos y Gastos de Operación
- Ingresos
- Evaluación Financiera

2.11.1 Balance General

Según SARMIENTO, Rubén (2005). Afirma: *"Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico"*. Pág. 77

Para el Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), cita que: *"Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado"*. Pág. 62.

Contrastando los conceptos de estos autores el balance general es una radiografía de cómo se encuentra la empresa en aspectos financieros y económicos, este balance es importante para llevar un control adecuado

de la empresa, ya que esta información con lleva a decisiones eficientes y oportunas.

2.11.2 Estado de Resultados

Para ZAPATA Sánchez Pedro (2008) afirma: *“Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Ingresos, Costos y Gastos, para determinar el resultado económico de una empresa, obtenido durante un periodo de tiempo dado”*. Pág. 209.

De acuerdo con lo expresado por el autor se dice que el estado de resultados presenta detalladamente los ingresos y egresos que a realizado durante el mes, el mismo permite realizar a tiempo observaciones inciertas que no concuerden, también da a conocer si la empresa está teniendo pérdidas o ganancias y además da las razones del porque se presentan los problemas a futuro.

2.11.3 Estado de flujo de caja

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”*. Pág. 45

Según JACOME, Walter, (2005). Menciona: *“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”*. Pág. 46

Partiendo de los conceptos, el estado de flujo de efectivo proporciona a los administradores de una empresa información suficiente sobre el

movimiento del efectivo, para dirigir sus operaciones, pagar sus obligaciones, y proporcionar rendimientos a sus inversiones.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a que con los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

2.12 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es la medición a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. La improbabilidad de tener certeza de la ocurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto.

2.12.1. Valor Actual Neto

DÍAZ, M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés prefijado (tasa de referencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa”*. Pág. 175.

Para BRIGHAN, Eugene. y HOUSTON Joel. (2005). Menciona: *“Es el método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”*. Pág. 398.

Aplicando este concepto se puede decir que el VAN es el indicador que muestra la bondad de un proyecto, es el cambio estimado en el valor, que representa la rentabilidad en términos de dinero, permite avizorar si es conveniente o no la inversión.

Criterios de Decisión:

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.

Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Si el valor presente neto es mayor que 0, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus propietarios.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

2.12.2 Tasa Interna de retorno

Según ORTIZ, Alberto G. (2005). Afirma: *“Representa la tasa de rentabilidad de los recursos invertidos en el plan de negocio y, por tanto, se define como la tasa que iguala el valor de la inversión inicial (I) y el valor de los flujos de producción o de efectivo generado (E)”*. Pág. 45.

Para GITMAN, Laurence J. (2007). Afirma: *“Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”*. Pág. 359.

Considerando el concepto de Gitman, La tasa interna de retorno es un ratio para la evaluación financiera de proyectos que iguala el valor presente de los flujos de caja esperados con la inversión inicial, la tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

También se define como la tasa (TIR), para la cual el valor presente neto es cero, o sea aquella tasa (TIR), a la cual el valor presente de los flujos de caja esperados (ingresos menos egresos) se iguala con la inversión inicial.

Criterios de Decisión:

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si el TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

2.12.3 Periodo de recuperación de la inversión

Para CORDOBA, Marcial. (2006). Afirma: *“Es como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”*. Pág. 362

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial.

Criterios de decisión:

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.12.4 Beneficio costo

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2007). Manifiesta: *“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. Pág. 256.

Con este análisis se puede hacer referencia de cuanto invierto y cuanto genera esta inversión lo que permitirá la toma de decisión.

Si el B/C es mayor que 1 el proyecto es favorable

Si el B/C es igual a 1 los beneficios y los costos se igualan, cubriendo apenas el costo mínimo atribuible a la tasa de actualización

Su Fórmula es la siguiente:

$$B / C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

2.12.5 Punto de equilibrio

Según GITMAN, Laurence J. (2007). Manifiesta: *“Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”*. Pág. 439.

Con lo manifestado por el autor ARBOLEDA se puede definir al punto de equilibrio como el nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

CAPÍTULO III

4. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El objetivo de este capítulo es el de tener una idea clara respecto a la cantidad de demandantes posibles para la hostería de mascotas en la ciudad de Ibarra. Además el estudio de mercado indicará si las características de los servicios a ofertar son los que desean adquirir los clientes, incluso nos permite ubicar a los potenciales clientes que serán los beneficiarios de la presente propuesta.

El estudio de mercado busca identificar claramente la demanda insatisfecha, la competencia existente, precios de venta y demás factores determinantes en el servicio a ofertar.

En si el mercado está conformado por la totalidad de los demandantes y productores potenciales del servicio que propone el presente proyecto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

3.2.1. Características del Servicio

La hostería para mascotas ofrecerá una amplia gama de servicios tales como: alojamiento, atención veterinaria, recreación, adiestramiento y estética y además contará con: tienda de alimentos y boutique para todo tipo de mascotas como: perros, gatos, aves, conejos y peces.

Cuadro No. 8
Servicios

SERVICIOS	DESCRIPCIÓN
ALOJAMIENTO	Para las mascotas que se quedan un tiempo solas, por viajes o vacaciones de sus amos. El concepto es libertad y mucho espacio para cada animal en un ambiente higiénico y bien protegido sin perder la calidez y el ambiente hogareño.
ATENCIÓN VETERINARIA	Ofrecemos Servicio Veterinario para las mascotas donde tanto el tutor como el paciente se sientan cómodos, con la calidad y profesionalismo, recordar que nuestra mascota no es sólo una inversión financiera y merece la mejor atención.
ADIESTRAMIENTO	Proceso para lograr que el perro aprenda y adquiera destrezas. Adiestrar a su perro sólo para que se comporte adecuadamente en casa, para competir en deportes caninos o para convertirlo en especialista en alguna actividad canina, La socialización de los perros es fundamental para su salud mental y para facilitar su convivencia con los humanos.
PELUQUERIA Y ESTETICA	Retiramos y entregamos la mascota limpia y lista en su domicilio <ul style="list-style-type: none"> • Baño y secado del perro • Baños de Belleza • Baños Higiénicos • Baños control pulgas y garrapatas • Baños Terapéuticos con tratamientos indicados por su veterinario • Cortes especializados en caninos de raza • Cortes especializados en felinos • Cortes de raza • Corte sanitario • Limpieza de oídos • Corte y limadura de uñas
TIENDA DE ACCESORIOS Y ALIMENTOS	Provisión de productos alimenticios y accesorios de calidad para las mascotas.

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

3.2.2. Características de la prestación de los servicios

Los servicios a ofertar estarán siendo atendidos por personas capacitadas en cada área, lo que garantizará la prestación del servicio desde todo punto de vista, dando confianza y seguridad al cliente.

Teniendo en cuenta las siguientes cualidades:

- Por su naturaleza la prestación de cada servicio será de calidez y calidad.
- Son servicios que pueden ser adquiridos por tipo o en paquetes de atención completa para cada mascota.
- Su visita oportuna, proporcionará al usuario un correcto cuidado y conservación de sus mascotas.

3.3. Mercado meta

El mercado al cual va dirigido la hostería de mascotas será la ciudad de Ibarra, tomando en cuenta su crecimiento y desarrollo de las familias de la localidad que ha hecho que incluyan en sus hogares diverso tipos de mascotas como indica en el estudio de mercado, lo que le vuelve atractivo para la oferta de nuestros servicios.

Los principales clientes son las familias que cuentan con mascotas de raza en la ciudad de Ibarra, pudiéndose expandir a futuro al resto de cantones de la provincia de Imbabura, de familias que requieran este tipo de servicio.

Es fundamental analizar las tendencias del mercado de Ibarra, sitio donde va a funcionar la hostería de mascotas, reflejando el comportamiento del mismo y evaluando las principales variables que pueden incidir, visualizando lo atractivo que resulte el sector donde se interviene.

Por lo que se debe tomar en cuenta aspectos importantes como: los gustos y preferencias, competencia, clientes, tendencia de consumo, análisis de precios, publicidad y segmentos de mercados.

3.4. Segmentos de Mercado

El mercado se segmentara de acuerdo a las siguientes categorías:

Cuadro No. 9

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
Mercado Total 1. Familias de la Provincia Imbabura	<ul style="list-style-type: none">• Cantones	<ul style="list-style-type: none">• Gobierno Provincial• Municipios• Juntas Parroquiales
Mercado Potencial 2. Familias a nivel del Cantón Ibarra	<ul style="list-style-type: none">• Urbano• Rural	<ul style="list-style-type: none">• Municipio Ibarra• INEC
Mercado Meta 3. Familias de la ciudad de Ibarra	<ul style="list-style-type: none">• Urbano	<ul style="list-style-type: none">• Encuestas
Mercado Efectivo 4. Familias que desean el servicio	<ul style="list-style-type: none">• Familias	<ul style="list-style-type: none">• Encuestas

Elaboración: La Autora

El mercado total está constituido por las familias de la Provincia de Imbabura y sus zonas de influencia, que requieren este tipo de servicio para sus mascotas.

El mercado potencial, lo constituyen las familias del Cantón Ibarra de los sectores urbanos y rurales, los mismos que poseen mascotas de raza. Además existen otros factores los cuales se los ha tomado en cuenta para la segmentación siendo estos: dimensión geográfica, variables demográficas y tipos de mascotas.

El mercado meta como ya se manifestó anteriormente está constituido por las familias de la Ciudad de Ibarra del sector urbano.

Y el mercado efectivo se lo establecerá en función de los requerimientos de las familias de Ibarra, quienes conforman el mercado meta, considerando así mismo el apoyo a la creación de este tipo de microempresa.

Cabe manifestar que existen algunos aspectos que inciden en la decisión de los clientes al momento de adquirir este tipo de servicios, los mismos que son:

➤ **Aspecto económico**

El aspecto económico es el principal factor que se considera para el establecimiento del mercado efectivo, ya que el poder adquisitivo que posean las familias es el que le permite acceder al servicio ofertado. En este caso se ha determinado que nos dirigimos a los consumidores que tienen la posibilidad de adquirir el servicio, ya que sus precios serán competitivos.

➤ **Aspecto tecnológico**

Los equipos, maquinaria e instalaciones perfectamente adecuadas garantizan que el servicio elaborado en la microempresa sea de excelente calidad y cumplan con todas la normas exigidas.

➤ **Aspecto social**

Se tiene conocimiento que en la ciudad de Ibarra y sus zonas de influencia, la mayoría de las familias cuentan con algún tipo de mascotas, por lo que requieren de este tipo de servicio para el cuidado de dichas mascotas, por tal razón los consumidores necesitan conocer la oferta diversificada de este tipo de servicios.

3.5. Objetivos del Estudio de Mercado

3.5.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad para la creación de una hostería para mascotas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.5.2. Objetivos específicos

- Identificar la demanda del servicio de hostería para mascotas en el área de influencia del proyecto.
- Conocer la oferta de servicios de hostería para mascotas
- Determinar los precios de los servicios de hostería para mascotas en el área de intervención.
- Diseñar estrategias comerciales que permitan persuadir e incentivar la adquisición de los servicios para mascotas.

3.6. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

3.7. Indicadores

- **Demanda**
 - Tipo de mascota
 - Tipo de servicio
 - Frecuencia del servicio
 - Ingresos promedio

➤ **Oferta**

- Variedad de servicios
- Innovación
- Calidad del servicio
- Tipo de mercado

➤ **Precio**

- Determinación del precio
- Precio de venta del servicio

➤ **Estrategias Comerciales**

- Servicio
- Precio
- Plaza
- Publicidad

3.8. Matriz de relación del estudio de mercado

Cuadro No. 10

Matriz de Relación del Estudio de Mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda del servicio de hostería para mascotas en el área de influencia del proyecto.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mascota • Tipo de servicio • Frecuencia del servicio • Ingresos promedios 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevistas	Familias de la ciudad de Ibarra Hostería de mascotas
Conocer la oferta de servicios de hostería para mascotas	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de servicios • Innovación • Calidad del servicio • Tipo de mercado 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevistas Observación directa	Familias de la ciudad de Ibarra Hostería de mascotas
Determinar los precios de los servicios de hostería para mascotas en el sector de estudio.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación del precio • Precio de venta del servicio 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevistas	Familias de la ciudad de Ibarra Hostería de mascotas
Diseñar estrategias comerciales que permitan persuadir e incentivar la adquisición del servicios	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio • Precio • Plaza • Publicidad 	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevistas Bibliográfica	Familias de la ciudad de Ibarra Hostería de mascotas Libros de servicios

Elaboración: La Autora

3.9. Mecánica operativa del estudio

Para desarrollar el estudio de mercado se seguirá en siguiente procedimiento.

3.9.1. Identificación de la población en estudio

El universo a estudiar será la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra siendo 80.482 personas según el censo del año 2010.

Al total de la población económicamente activa se ha dividido para 4 tomando en cuenta el componente familiar según el INEC, para obtener el número de familias las cuales serán investigadas

$$\text{Numero de Familias} = \frac{\text{PEA}}{\text{componente familiar}}$$

$$\text{Numero de Familias} = \frac{80482}{4}$$

$$\text{Numero de Familias} = 20120$$

3.9.2. Muestra

Considerando que la población a investigar estudiar es significativa se decidió obtener una muestra representativa, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 14283

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (20120)}{(0,05)^2 (14283 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

e = 5%

n= 377

Aplicando la fórmula, da como muestra a 377 familias a las que se debe levantar la información.

3.9.3. Técnicas de investigación

Las técnicas a utilizar son:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizará a población económicamente de la zona urbana de la ciudad de Ibarra representada por las familias.
- **Entrevistas:** se efectuará al administradores de hosterías para mascotas
- **Observación directa:** consiste en visitar personalmente los lugares en estudio.
- **Información secundaria:** se la obtendrá de libros, revistas especializadas, folletos, trabajos relacionados al tema e internet.

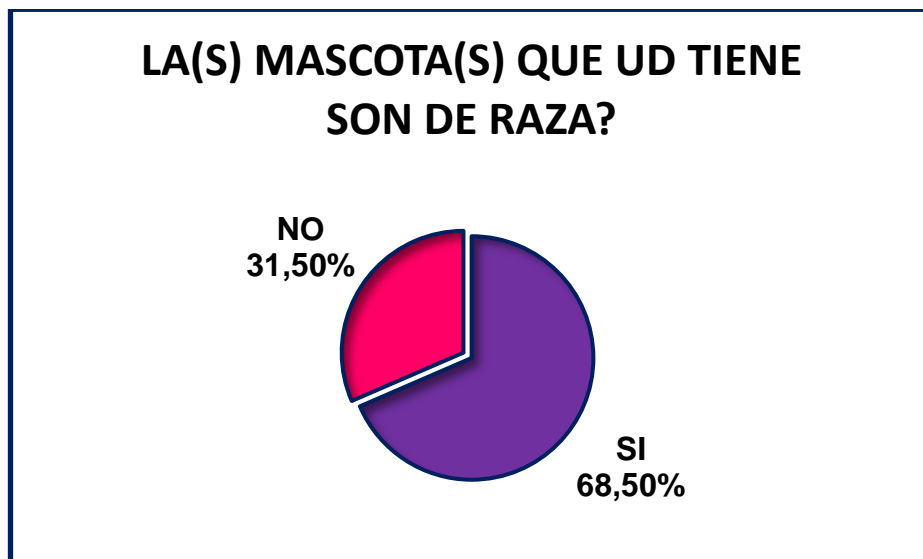
3.10. Tabulación y análisis de la información

1. La(S) Mascota(S) que Ud tiene son de Raza?

Cuadro No.11

	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
SI	258	68,5%
NO	119	31,5%
TOTAL	377	100%

Gráfico No. 6



*Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora*

ANÁLISIS:

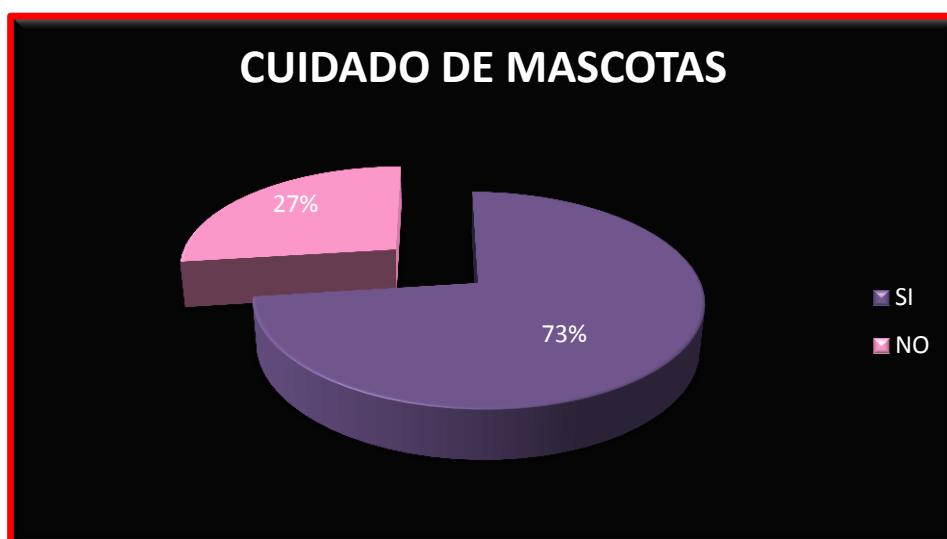
Las encuestas indican que la mayor parte de familias de la ciudad de Ibarra tiene mascotas de raza pura y una minoría significativa indica lo contrario, lo cual, de alguna manera es favorable para la propuesta en cuestión.

2) ¿Utiliza Productos de Calidad para el Cuidado de sus Mascotas?

Cuadro No. 12

	FRECUENCIAS	%
SI	275	73
NO	102	27
TOTAL	377	100%

Gráfico No. 7



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de las personas en la ciudad de Ibarra prefieren tratar a sus mascotas con productos de calidad para no afectar su salud, en tanto que una minoría manifiesta no utilizar productos especiales para el cuidado de sus mascotas.

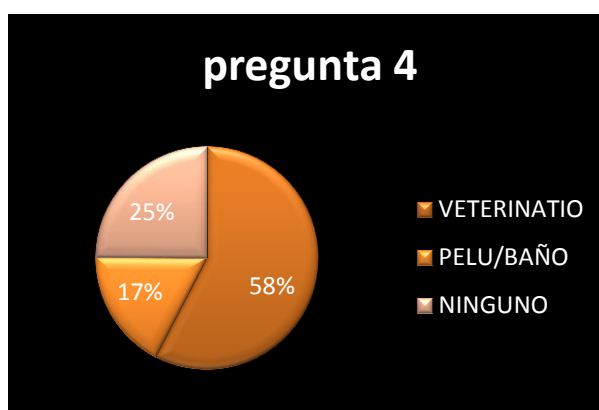
3) ¿Utiliza Servicios Especiales para su Mascota?

Cuadro No. 13

UTILIZA SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL CUIDADO				
	VETERINARIO	PELU/BAÑO	NINGUNO	
FRECUENCIA	219	64	94	377
PORCENTAJE	58%	17%	25%	100%

Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 8



ANÁLISIS:

Podemos observar que la mayoría de las personas entrevistadas acceden al servicio de veterinaria para sus mascotas, además un porcentaje de entrevistados solicitan el servicio de peluquería y baño, observando que hay un alto porcentaje de familias que requieren servicios profesionales para sus mascotas, así como también existe un porcentaje similar al de mascotas que no son de raza que no necesitan ninguno de los servicios indicados.

4.- ¿Le gustaría tener un lugar en el que cuiden (hospeden) a su Mascota mientras Ud. viaja o no lo puede hacer?

Cuadro No. 14

	Cifras	%
SI	222	59%
NO	155	41%
TOTAL	377	100%

Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 9



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

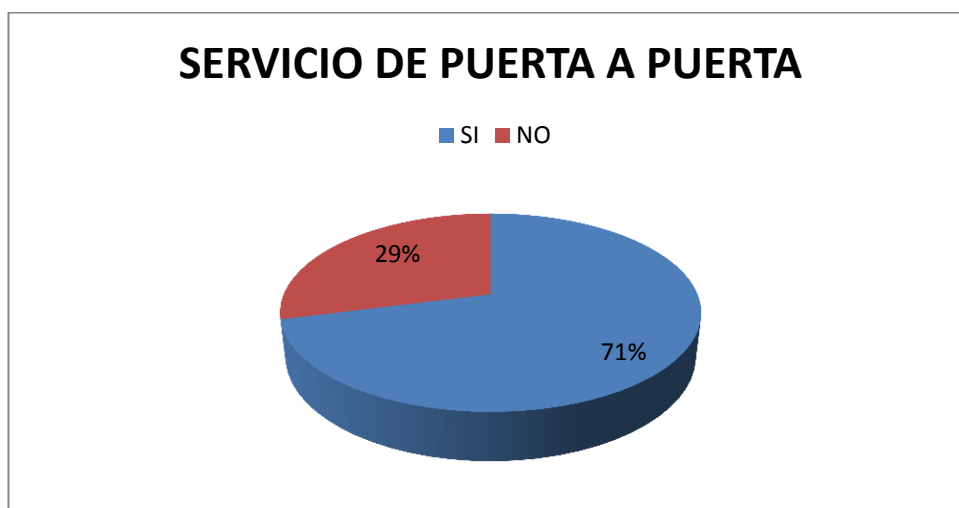
A un alto porcentaje de la población de Ibarra le gustaría tener un lugar en el que cuiden de su mascota mientras viajan o no lo pueden hacer por razones de trabajo, mientras que el porcentaje restante indican que no, ya que disponen del tiempo necesario para hacerse cargo de sus mascotas y además no cuentan con los recursos suficientes para pagar un lugar como este.

5) ¿Le gustaría que le brinden el servicio a su mascota de puerta a puerta?

Cuadro No. 15

		PORCENTAJES
SI	268	71%
NO	109	29%
TOTAL	377	100%

Gráfico No. 10



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

De la totalidad de la muestra existe una gran mayoría que manifiesta estar de acuerdo con el servicio de transporte de las mascotas puerta a puerta lo que incide favorablemente al proyecto.

6) ¿Considera usted que su sueldo le permite sin ningún problema cuidar de su mascota?

Cuadro No. 16

	Cifras	%
SI	339	90%
NO	38	10%
TOTAL	377	100%

Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autor

Gráfico No. 11



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

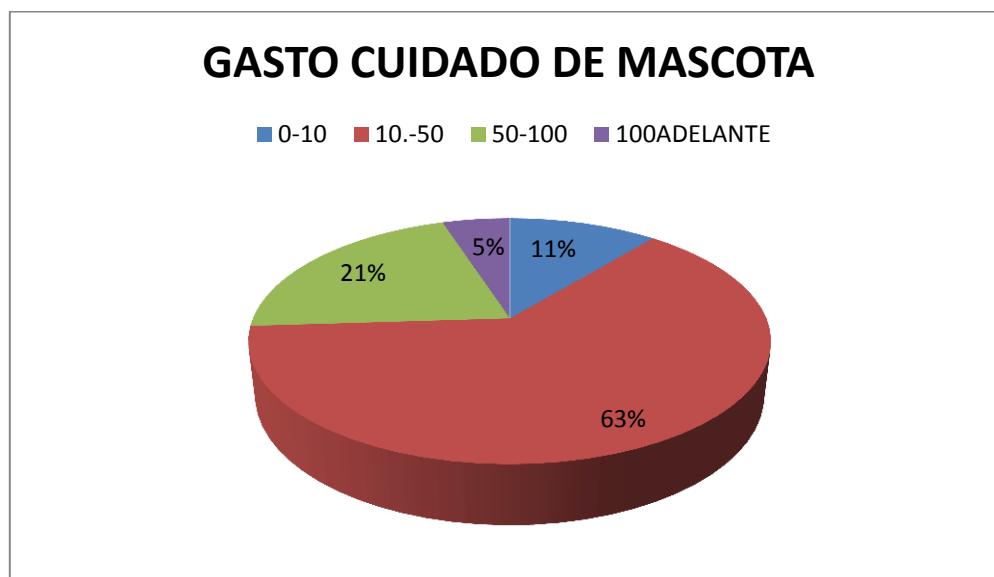
Se puede decir que el ingreso que destinan la mayoría de los dueños a sus mascotas es suficiente para el cuidado de las mismas; existiendo una minoría que no tiene esa misma capacidad de ingresos suficientes para el cuidado de sus mascotas.

7) ¿Cuánto gasta para el cuidado de su mascota?

Cuadro No. 17

INGRESOS MENSUALES	NUMERO DE PERSONAS	%
\$0-\$10	38	0.11
\$10-\$50	238	0.63
\$51-\$100	79	0.21
\$100 EN ADELANTE	22	0.05
TOTAL	377	100

Gráfico No. 12



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Las familias de la ciudad de Ibarra en su mayoría destinan entre \$10 y \$50 para el cuidado de sus mascotas, seguido por un grupo que gasta de \$51 a \$100, lo cual, se debe al nivel de ingresos que tienen las familias de la localidad, situación a considerar para el establecimiento de precios diferenciados.

8. ¿Conoce algún lugar donde cuidan mascotas?

Cuadro No. 18

	Nºde Personas	Porcentaje
SI CONOCEN	29	7.5%
NO CONOCEN	348	92.5%
TOTAL	377	100%

Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

Grafico No. 13



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

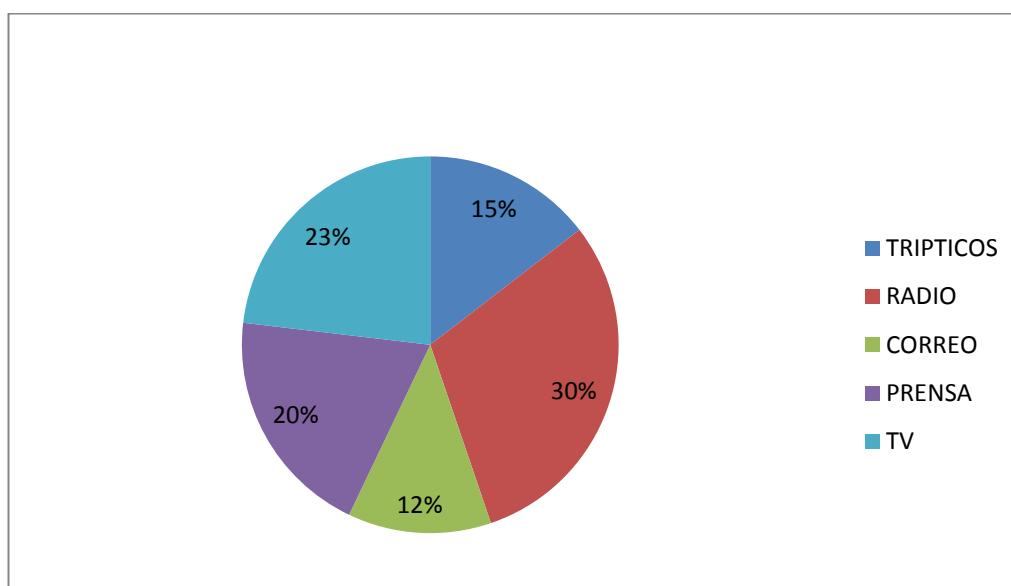
La mayoría de la muestra poblacional tomada en la ciudad de Ibarra no conocen lugares donde ofrezcan el cuidado para las mascotas, mientras que una minoría afirma que si conocen lugares donde cuidan mascotas tales como: Mundo Animal, Topín, Lassie, Pets y Veterinaria Zúñiga.

9) ¿De qué manera le gustaría recibir publicidad acerca del cuidado de su mascota?

Cuadro No. 19

Trípticos	57	Correo Electrónico	45	Tv	87
Radio	113	Prensa escrita	75	Total	377

Grafico No. 14



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

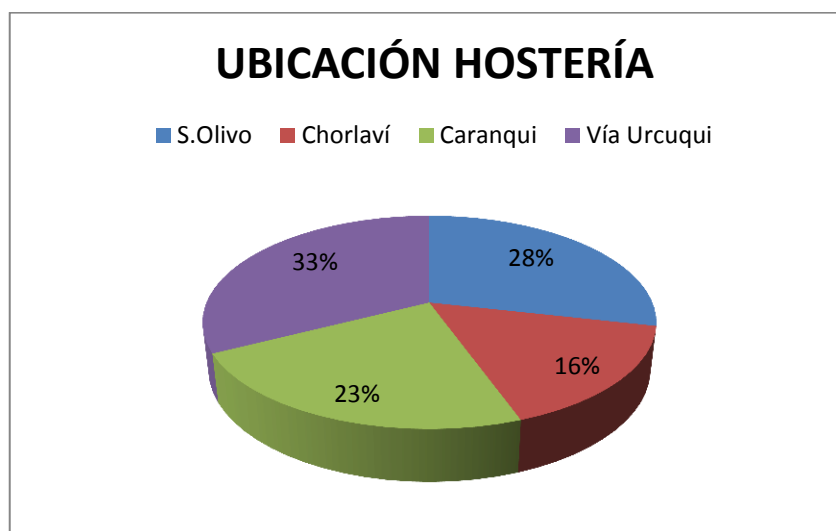
En la encuesta realizada se puede deducir que un porcentaje muy alto de personas prefieren que la información llegue a ellos por medio de la radio, la televisión, prensa, trípticos y volantes y por último prefieren que la información les llegue mediante correo electrónico, respectivamente. Aspectos que tiene que ser tomados en cuenta para el desarrollo de la publicidad de la hostería.

10) ¿En qué lugar le gustaría que se ubique una hostería para el servicio de su mascota?

Cuadro No. 20

LUGARES	N° PERSONAS	PORCENTAJE
Sector Olivo	107	28,5
Chorlaví	60	16
Caranqui	87	23
Vía Urcuquí	123	32,5
TOTAL	377	100%

Gráfico No. 15



Fuente: Familias de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Se puede observar que la mayoría de familias de la ciudad de Ibarra prefieren que la hostería se ubique en la Vía Urcuquí, seguido por el sector del Olivo, Caranqui y Chorlaví, sectores a considerarse para la instalación.

Cuadro No. 21
Características de los Demandantes

INFORMACIÓN GENERAL DE MASCOTAS	
RAZA	La mayoría de las familias de Ibarra, tienen mascotas de razas (68,5) y una minoría no tienen (31,5%).
PRODUCTOS PARA CUIDADO MASCOTAS	En su gran mayoría utilizan productos de calidad para sus mascotas (73%), y una minoría no utiliza (27%).
SERVICIOS UTILIZADOS	La mayoría utiliza el servicio del veterinario (58%), seguido por la peluquería y baño (17%) y un número significativo no utiliza servicio alguno (25%).
EL SERVICIO	
LUGAR DE CUIDADO DE MASCOTAS	El 59% le gustaría contar con un lugar en el que cuiden a su mascota y el 41% manifiesta lo contrario.
SERVICIO PUERTA A PUERTA	Un 71% le gustaría el servicio puerta a puerta, mientras que el 29% dicen que no.
COMPETENCIA	El 7,5% manifiesta que conoce un lugar que brindan este tipo de servicio y el 92,5% manifiestan que no conocen.
PUBLICIDAD	El 30% dice que le gustaría recibir la publicidad por la radio (30%), televisión (23%), prensa (20%), 15% trípticos y 12% por correo electrónico.
PRECIO	El precio estimado a pagar oscila entre 10 y 50 dólares (63%), de 50 y 100 dólares (21%), 0- 10 dólares (11%) y de 100 en adelante (5%).
NIVEL DE INGRESOS	El 90% manifiesta que sus ingresos le permite cuidar de sus mascotas y el 10% dicen lo contrario.
UBICACIÓN	El 32,5% prefiere que la hostería se la ubique en la vía Urcuqui, el 28,5% en el sector del Olivo, 23% en Caranqui y el 16% en Chorlavi.

Cuadro No.22
El Consumidor para el Proyecto

a. SON FAMILIAS DEL SECTOR URBANO DE IBARRA
b. SON FAMILIAS QUE TIENEN MASCOTAS DE RAZA
c. LA MAYORIA UTILIZA SERVICIOS DE VETERINARIO Y PELUQUERIA Y BAÑO.
d. LA MAYORÍA UTILIZA PRODUCTOS DE CALIDAD PARA EL CUIDADO DE SU MACOTA.
e. LA MAYORIA ESTA DE ACUERDO CON LA CREACION DE LA HOSTERIA DE MASCOTAS.
f. LA MAYORIA QUIERE EL SERVICIO PUERTA A PUERTA
g. LA MAYORIA NO CONOCE UN LUGAR DONDE BRINDEN ESTE TIPO DE SERVICIO.
h. PREFIEREN QUE LA PUBLICIDAD SE ESTABLEZCA EN LA RADIO, TELEVISIÓN Y PRENSA.
i. EN CUANTO AL NIVEL DE INGRESOS LA MAYORIA INDICA QUE GANAN LO SUFICIENTE COMO PARA GASTAR EN EL CUIDADO DE SU MASCOTA.
j. EL PRECIO A PAGAR OSCILA ENTRE 10 Y 50 DOLARES
l. LA MAYORIA PREFIERE QUE SE UBIQUE EN LA VIA URCUQUI Y EN SECTOR DEL OLIVO, DEJANDO EN SEGUNDO PLANO CARANQUI O CHORLAVI.

La demanda se encuentra cubierta por un mercado constituido por las familias del sector urbano de Ibarra, respecto al consumo de este tipo de servicios la mayoría de familias del sector lo requieren, tomando en cuenta los diferentes servicios que se ofertan, la existencia de un mercado efectivo que está dispuesto a adquirir si se considera todo lo solicitado por este mercado. Por lo que la demanda actual estará constituida por el mercado efectivo del proyecto, la misma que se presenta en el siguiente cuadro:

DEMANDA ACTUAL

AÑO	CANTÓN	VARIABLE	POBLACIÓN ACTUAL
2011	IBARRA	FAMILIAS	20.120

FUENTE: INEC CENSO 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Cálculo de la demanda:

Familias de la Ciudad de Ibarra:	20.120
% familias con mascotas de raza (69,5%)	13.983
% familias que requieren el servicio (59%)	8.250

TOTAL FAMILIAS DEMANDANTES: 8.250

3.11. Proyección de la demanda

En vista que no se dispone de datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomará como referencia el método de crecimiento exponencial, en donde la tasa de crecimiento poblacional según censo del año 2010 es del 2,5% información obtenida de las estadísticas del INEC. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida

útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del mercado, obteniendo así resultados objetivos. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

➤ **Año 2012 = 8250**

➤ **Año 2013**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 8250 (1 + 0,025)^1$$

$$P_p = 8.648$$

➤ **Año 2014**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 8.648 (1 + 0,025)^2$$

$$P_p = 9.502$$

➤ **Año 2015**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 9.502 (1 + 0,025)^3$$

$$P_p = 10.943$$

➤ **Año 2016**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 10.943 (1 + 0,025)^4$$

$$P_p = 13.210$$

➤ **Año 2017**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 13.210 (1 + 0,025)^5$$

$$P_p = 14.946$$

Cuadro No. 23

Proyección de la Demanda Total

AÑO	POBLACIÓN
2013	8.648
2014	9.502
2015	10.943
2016	13.210
2017	14.946

ELABORACIÓN: La Autora

3.12. Análisis de competencias

La competencia del presente proyecto está constituida por las familias que dicen conocer empresas que brindan el mismo tipo de servicio en la ciudad, siendo las empresas de mascotas una minoría en cuanto a la prestación de servicios para mascotas, y no cubren todo el mercado de la ciudad, dirigiendo nuestro servicio a este sector no atendido, considerado en nuestro estudio de mercado.

3.12.1. Factores que afectan la oferta

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, de la información obtenida consideramos que son los siguientes:

- La falta de inversión en este tipo de empresas, que brinden los servicios para mascotas.
- La prestación de servicios no está en función de los requerimientos de las familias de la localidad.

Todo ello ha incidido en una prestación de servicios para mascotas de manera individualizada a través de clínicas veterinarias y tiendas de distribución de alimentos e implementos para mascotas.

Para el presente estudio se considerara aquellas familias, que dicen que actualmente conocen y están recibiendo servicio para sus mascotas por parte de la oferta actual existente.

3.12.2. Proyección de la oferta

La oferta debido a la carencia de oferentes en la localidad y al no contar con datos estadísticos en cuanto a niveles de producción histórica, se la proyectará en función del **mercado negativo**: Que expresa la diferencia y/o de quienes conocen empresas que ofertan este tipo de servicio para mascotas que fue del 7,5% de las familias de Ibarra, dato obtenido en las encuestas de mercados.

Cálculo de la oferta:

Familias de la Ciudad de Ibarra:	20.120
% familias con mascotas de raza (69,5%)	13.983
% familias que conocen a la competencia (7,5%)	1.049
TOTAL OFERTA:	1.049

Como no se cuenta con datos estadísticos, para proyectar la oferta se tomará como referencia el método de crecimiento exponencial, en donde la tasa del PIB del año 2012 según el Banco Central del Ecuador es de 4,82%. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto. La fórmula a aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cálculos:

➤ **Año 2012 = 1.049**

➤ **Año 2013**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 1.049 (1 + 0,0482)^1$$

$$P_p = 1.100$$

➤ **Año 2014**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 1.100 (1 + 0,0482)^2$$

$$P_p = 1.209$$

➤ **Año 2015**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 1.209 (1 + 0,0482)^3$$

$$P_p = 1.392$$

➤ **Año 2016**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 1.392 (1 + 0,0482)^4$$

$$P_p = 1.680$$

➤ **Año 2017**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 1.680 (1 + 0,0482)^5$$

$$P_p = 2.126$$

Cuadro No.24

Proyección de la Oferta Total

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2013	1.100
2014	1.209
2015	1.392
2016	1.680
2017	2.126

ELABORACIÓN: La Autora

3.12.3. Demanda Insatisfecha

Para establecer la demanda insatisfecha se contrastó la demanda y oferta proyectadas.

Cuadro No. 25
Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA DE FAMILIAS PARA EL SERVICIO DE MASCOTAS			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	8.648	1.100	7.548
2014	9.502	1.209	8.293
2015	10.943	1.392	9.551
2016	13.210	1.680	11.530
2017	14.946	2.126	12.820

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

3.12.4. Pronóstico de ventas

El pronóstico de venta del emprendimiento propuesto se lo ha planteado considerando la capacidad operativa y la existencia de mercado para el producto, así como la norma técnica sugiere que al inicio del proyecto se debe captar por lo menos el 60% de la demanda insatisfecha identificada para cada uno de los años estimados.

Cuadro No. 26
Pronóstico de Ventas

AÑO	VENTAS PRONOSTICADAS 60%	HOSPEDAJE 43%	VETERINARIO 44%	PELUQUERIA BAÑO 13%	ALMACEN 50%
2013	4529	1947	1993	589	2264
2014	4976	2140	2189	647	2488
2015	5731	2464	2521	745	2865
2016	6918	2975	3044	899	3459
2017	7692	3308	3384	1000	3846

ELABORACIÓN: Autora del Proyecto

3.12.5. Proyecciones de precio, costos y flujos de caja

Los servicios van dirigidos a las familias del sector urbano de Ibarra, las mismas que en función de su capacidad de ingresos, las mismas que en un 90% de los que tienen ingresos están en capacidad de invertir en el cuidado de su mascota, y están dispuestos a gastar en promedio hasta 30 dólares mensuales la mayoría (63%), hasta 75 dólares otro grupo (21%) y

más de 100 dólares otras familias (5%). Precios que serán analizados tomando en cuenta los costos directos de material, mano de obra y costos indirectos de fabricación en los diferentes servicios que se ofertan.

A continuación se refleja el precio correspondiente a los servicios por mascotas, donde incluye alimentación, cuidado, hospedaje cuando se requiera y veterinario.

Cuadro No.27
Precio de Servicios para Mascotas

Servicio	Nº de familias	Tiempo de prestación del servicio	Costo unitario	Porcentaje de captación del proyecto	Demanda del servicio
Hospedaje	4529	Anual	15	43%	1947
Veterinario			20	44%	1993
Peluquería baño			15	13%	589
Almacén			25	50%	2264
	TOTAL			100%	

FUENTE: Investigación de Mercado
ELABORADO: Por la autora

El análisis de los flujos de caja muestra las entradas y salidas de efectivo durante la vida útil del proyecto, para la hostería de mascotas sus salidas obliga a buscar alternativas de financiamiento, para que al inicio de cada año el proyecto obtenga la solvencia necesaria para cumplir con sus obligaciones y seguir con la prestación del servicio.

3.13.- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El mercado de prestación de servicios para mascotas en la ciudad de Ibarra, es una oportunidad para atender y crear una hostería de mascotas que se adapten a las necesidades de las familias que cuentan con este tipo animales, y dependerá del nivel de la calidad y del precio competitivo con el que se oferte, ya que existe una preferencia aceptable por parte de las familias consumidoras.
- La demanda del servicio es atractiva, ya que una mayoría significativa cuenta con los recursos necesarios para invertir en sus mascotas, si se planea a largo plazo estrategias de apertura y posicionamiento, se podrá cubrir el mercado insatisfecho, incluso aquella demanda que por el momento no se encuentra interesada por este tipo de servicio.
- La oferta de este tipo de servicios es demasiado limitada, y no posee ventajas competitivas que enfoquen al servicio a un nivel de calidad que requieren las familias de la localidad.
- La correcta gestión financiera y el establecimiento de políticas administrativas eficientes, permitirá contar con precios más competitivos, ya que se trata de un servicio elástico que requiere de la disminución del mismo para incrementar su demanda, lo que permitirá lograr la estabilidad y crecimiento de la empresa.

CAPÍTULO IV

4.- ESTUDIO TÉCNICO

7.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

7.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La localización del proyecto es en el Ecuador, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, limitada al norte con la provincia del Carchi, al este con Sucumbíos, al oeste con Esmeraldas y al sur con Pichincha. Imbabura tiene una superficie de 4559 Kilómetros cuadrados se encuentra en su mayor parte en plena zona andina entre la cordillera occidental y oriental.

Gráfico No. 16

País Ecuador – Provincia de Imbabura – Ciudad Ibarra.

Donde nos ubicamos?



Fuente: www.mapasecuador.com/ec

5.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La micro localización tiene como objetivo seleccionar el sector exacto para instalar la hostería, el sitio que permita cumplir los objetivos propuestos y lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario, para ello es importante establecer los factores que pueden influir en el desarrollo y crecimiento del proyecto, considerando los lugares preferidos por los clientes y que se encuentran en el estudio de mercado.

LUGAR	CLASIFICADOR
Vía Urcuqui	A
Sector del Olivo	B
Caranqui	C
Chorlavi	D

*FUENTE: Estudio de Mercado
Elaborado: La Autora*

4.1.2.1. ANÁLISIS DE FACTORES INTERVINIENTES

➤ GEOGRÁFICOS

- Espacio físico
- Posición estratégica

➤ COMERCIAL

- Servicios básicos
- Seguridad
- Vías de acceso
- Transporte

➤ ASPECTO LEGAL

- Obtención del RUC

- Ley de compañías
- Permisos y legalización

➤ **ASPECTO AMBIENTALES**

- Contaminación Ambiental
- Manejo de desechos
- Manejo de aguas servidas

4.1.3 MATRIZ DE FACTORES

Niveles de evaluación (escala 1 a 5)

5	OPTIMO
4	MUY BUENO
3	BUENO
2	REGULAR
1	MALO

Cuadro No. 28

FACTORES	A	B	C	D
GEOGRÁFICOS				
Espacio físico	3	1	3	5
Posición estratégica	3	1	3	5
TOTAL PARCIAL	6	2	6	10
COMERCIALES				
Servicios básicos	2	3	3	4
Seguridad	3	3	4	4
Vías de acceso	3	4	5	4

Transporte	2	5	3	4
TOTAL PARCIAL	10	15	15	16
LEGALES				
Obtención del RUC	3	3	3	5
Ley de compañías	2	2	3	4
Permisos y legalización	4	4	4	4
TOTAL PARCIAL	9	9	10	13
AMBIENTALES				
Contaminación ambiental	4	5	5	5
Manejo de desechos	4	5	5	4
Manejo aguas servidas	4	2	2	4
TOTAL PARCIAL	12	12	12	13
TOTAL FINAL	34	37	40	47

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: La Autora

4.1.4 MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

Cuadro No. 29

PONDERACIÓN DE FACTORES PRINCIPALES	
Geográficos	40%
Comerciales	25%
Legales	15%
Ambientales	20%
TOTAL	100%

FACTORES	%	A	B	C	D
FÍSICOS					
Disponibilidad de espacio físico	20	0,6	0,20	0,6	1,0
Posición Estratégica	20	0,6	0,20	0,6	1,0
TOTAL UNO	40	1,2	0,40	1,2	2,0
COMERCIALES					
Servicios básicos	9	0,18	0,27	0,27	0,36
Seguridad	5	0,15	0,15	0,20	0,20
Vías de Acceso	5	0,15	0,20	0,25	0,20
Transporte	6	0,12	0,30	0,18	0,24
TOTAL DOS	25	0,60	0,92	0,90	1,00
LEGALES					
Obtención del RUC	5	0,15	0,15	0,15	0,25
Ley de Compañías	5	0,10	0,10	0,15	0,20
Permisos y legalización	5	0,20	0,20	0,20	0,20
TOTAL TRES	15	0,45	0,45	0,50	0,65
AMBIENTALES					
Contaminación ambiental	8	0,32	0,40	0,40	0,40
Manejo de desechos	7	0,28	0,35	0,35	0,28
Manejo de aguas servidas	5	0,20	0,10	0,10	0,20
TOTAL CUATRO	20	0,80	0,85	0,85	0,88
TOTAL PONDERADO FINAL	100	3,05	2,62	3,45	4,53

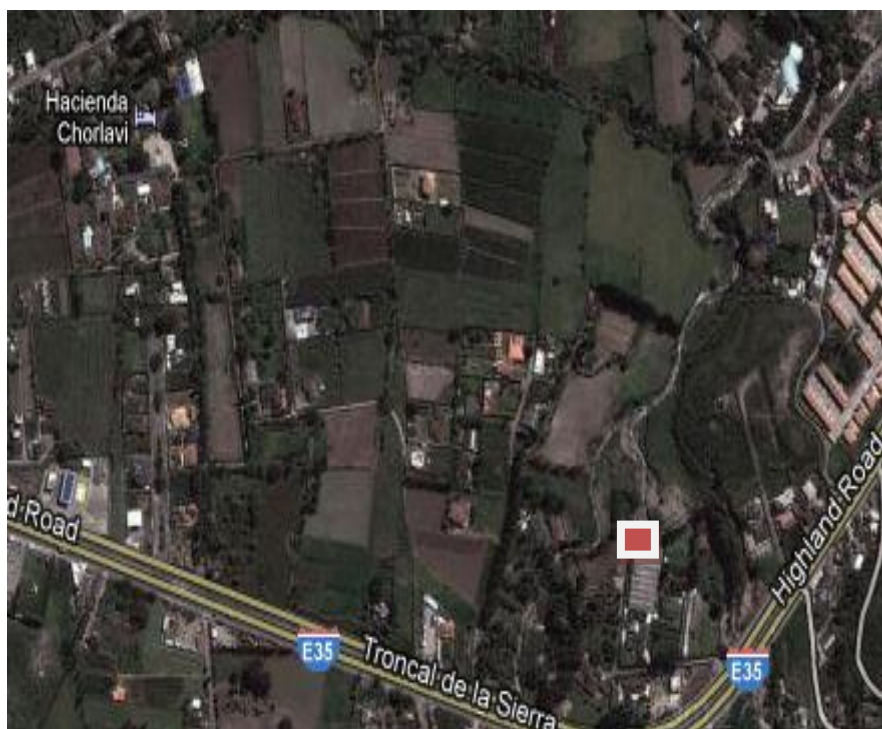
Luego del análisis técnico el lugar más idóneo para la localización del proyecto es en el sector de Chorlaví, ubicado en la panamericana norte km 3, como segunda opción está el sector de Caranqui.

4.2 UBICACIÓN DE LA MICRO EMPRESA

Luego del análisis técnico el lugar más idóneo para la localización del proyecto será en la ciudad de Ibarra, Cantón Ibarra, en la panamericana norte km 3 en el barrio Chorlaví, se posicionará la hostería para las mascotas.

Gráfico N° 17

Mapa de la Micro Localización



Elaborado por: La Autora
Fuente: www.mapasecuador.com/ec

4.3 DISEÑO DE INSTALACIONES

El diseño de las instalaciones se encuentra organizado, ya que todo tendrá una comunicación directa en cada departamento para que se minimice tiempo de avisos o cruce de información. Los mismos que serán distribuidos en tres áreas: Administración, Producción y Ventas.

Determinación de las Áreas de Trabajo

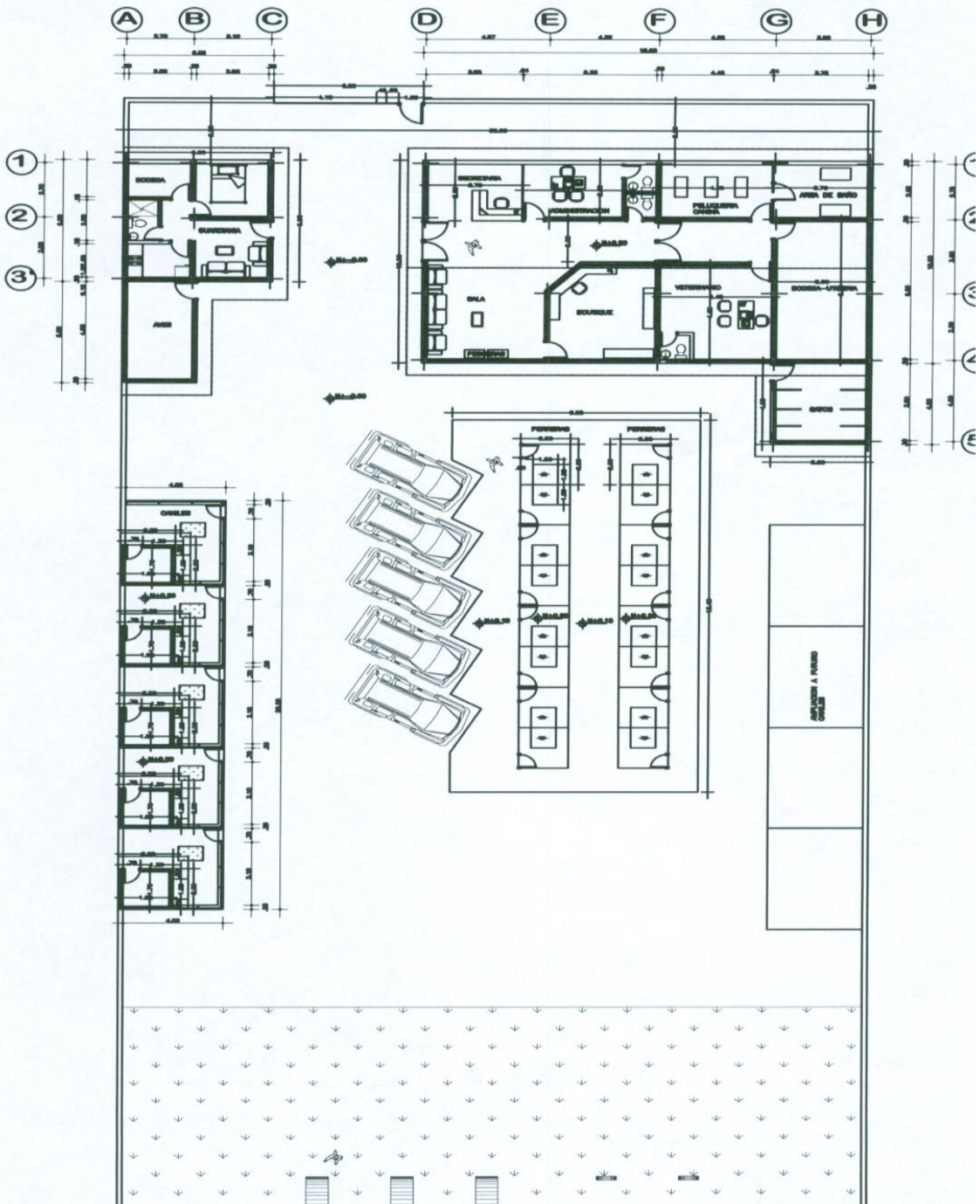
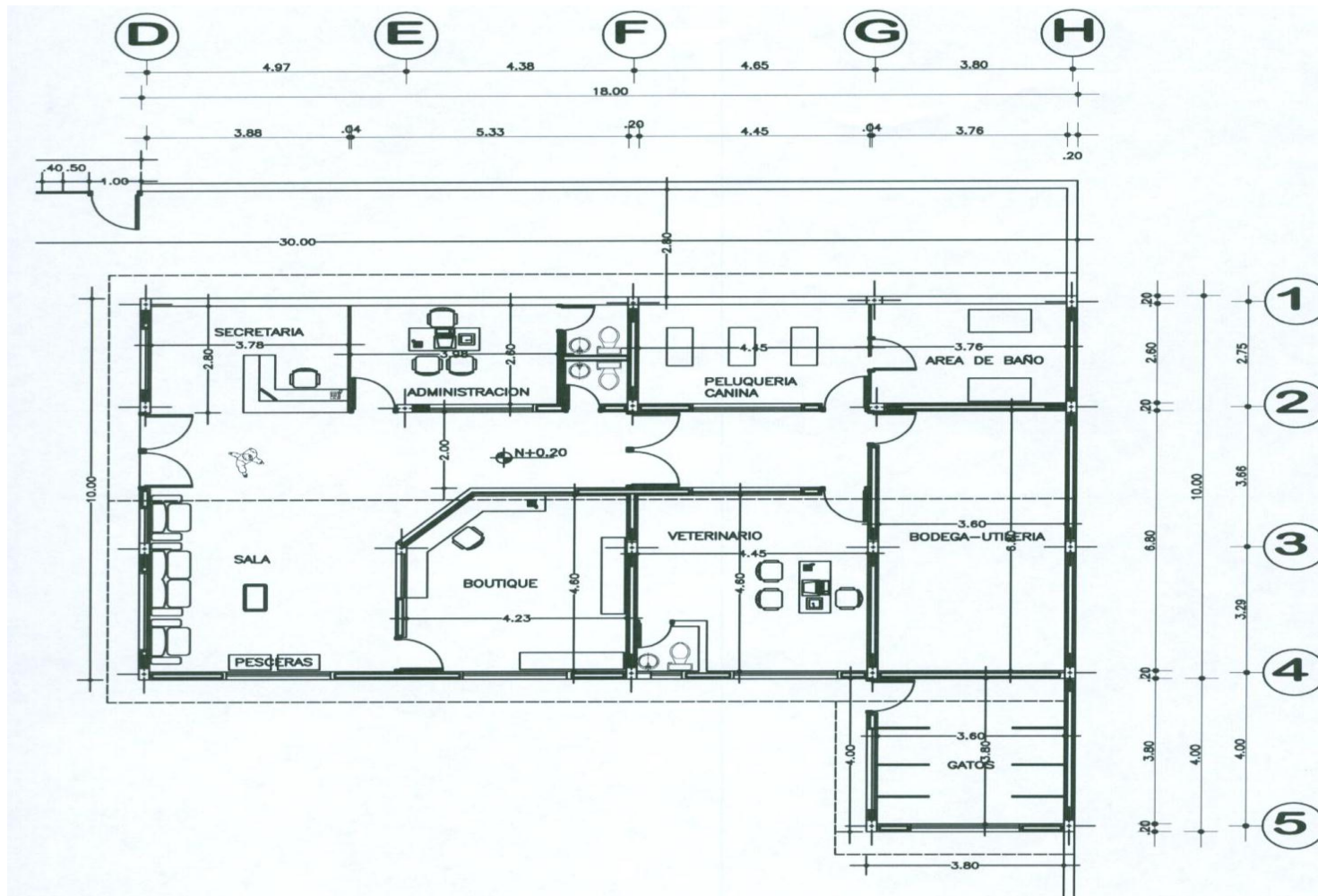


Grafico No. 19
Determinación de las Áreas Estructurales

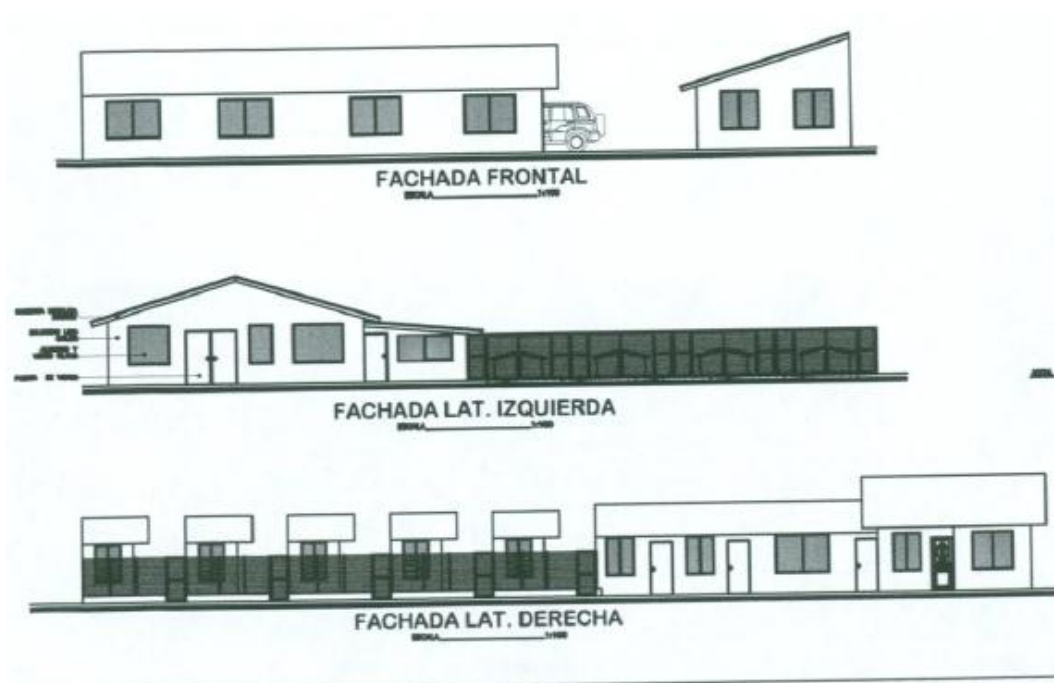


4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA MICRO EMPRESA

- Área del proyecto: 485,20 m²

Gráfico No. 20

Distribución de la Planta



Elaborado por: La Autora
Fuente: Ing. Edwin Vásquez
Año: 2013

4.4.1. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

- Administración - Gerencia
- Secretaría
- Sala de espera – Peceras
- Boutique
- Área de baño
- Sala de corte y cepillado
- Consultorio Veterinario
- Bodegas de Materia prima e Insumos
- Baños

4.4.2. ÁREA ADMINISTRATIVA

- Gerencia
- Secretaria – Vendedora

4.4.3. ÁREA DE TRABAJO

- Área de Baño
- Área de corte y cepillado
- Consultorio Veterinario
- Boutique
- Bodega

4.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad Instalada del proyecto es de 26 caniles, 6 alojamientos para gatos, área para aves, conejeras y peceras, que es lo que se puede implementar con la inversión a realizar en el área de la hostería.

Por lo que el porcentaje de ocupación de la hostería será de un 65% de la demanda existente actualmente, tomando en cuenta la poca oferta en el medio, como lo indica el estudio de mercado, quedando un 35% no utilizado, cuya capacidad ociosa o subutilizada servirá para el crecimiento a futuro del proyecto. Así mismo, la tecnología e implementos a utilizar para la presente propuesta, estarán constituidos por los que actualmente se comercializan en el mercado para este tipo de servicio.

4.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad principal seleccionar el proceso productivo, actividades, sub-actividades y rendimientos técnicos esperados.

El proceso de producción se define como la forma en que se brinda los servicios mediante la participación de los recursos humanos y materiales para obtener la satisfacción del cliente.

4.7. PROCESO DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO.

El proceso y prestación de los servicios de la hostería de mascotas, inicia con el tipo de atención que requieran los clientes y del tipo de mascota que ingrese.

Gráfico No. 21
Procesos

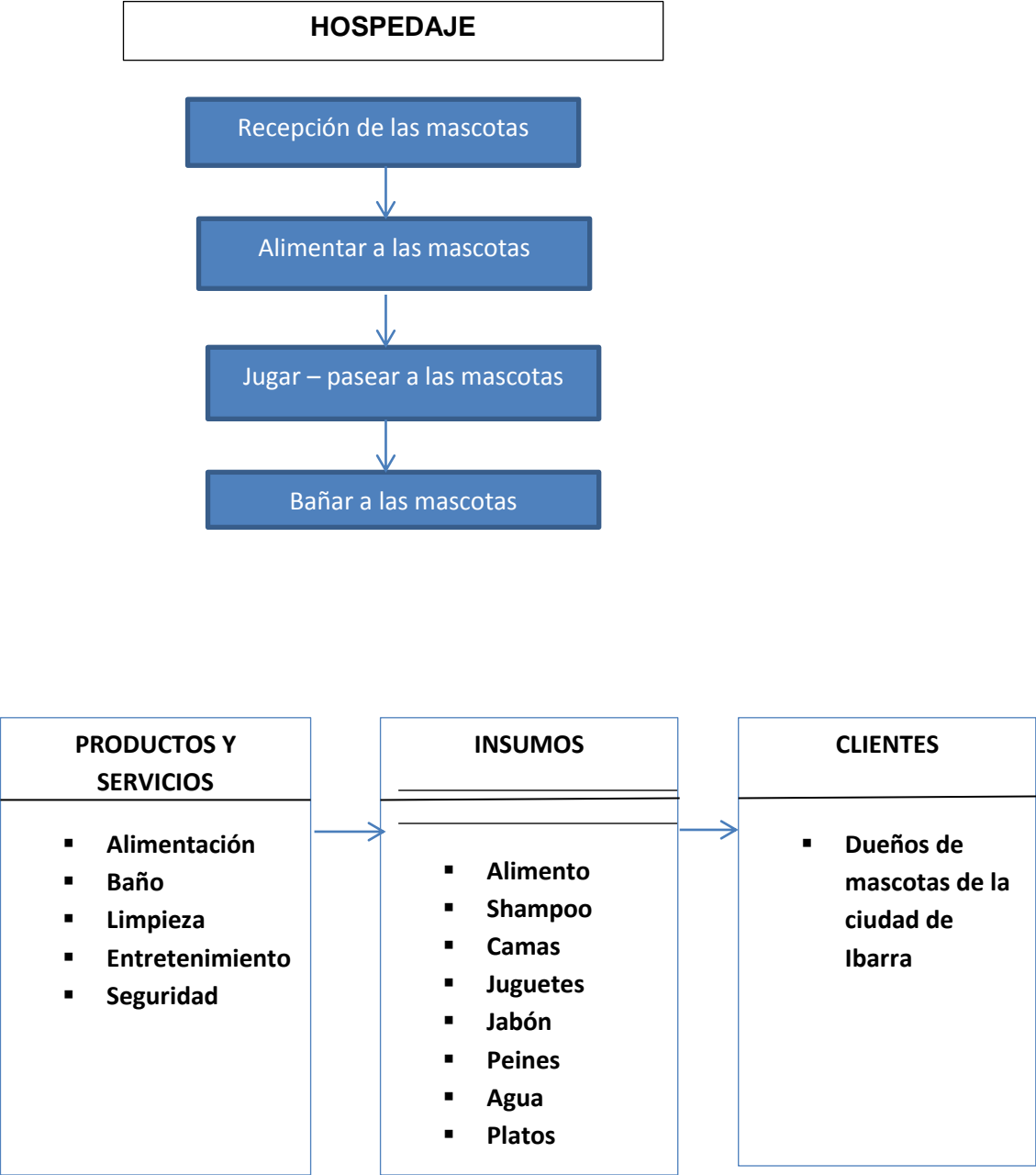


Gráfico No. 22

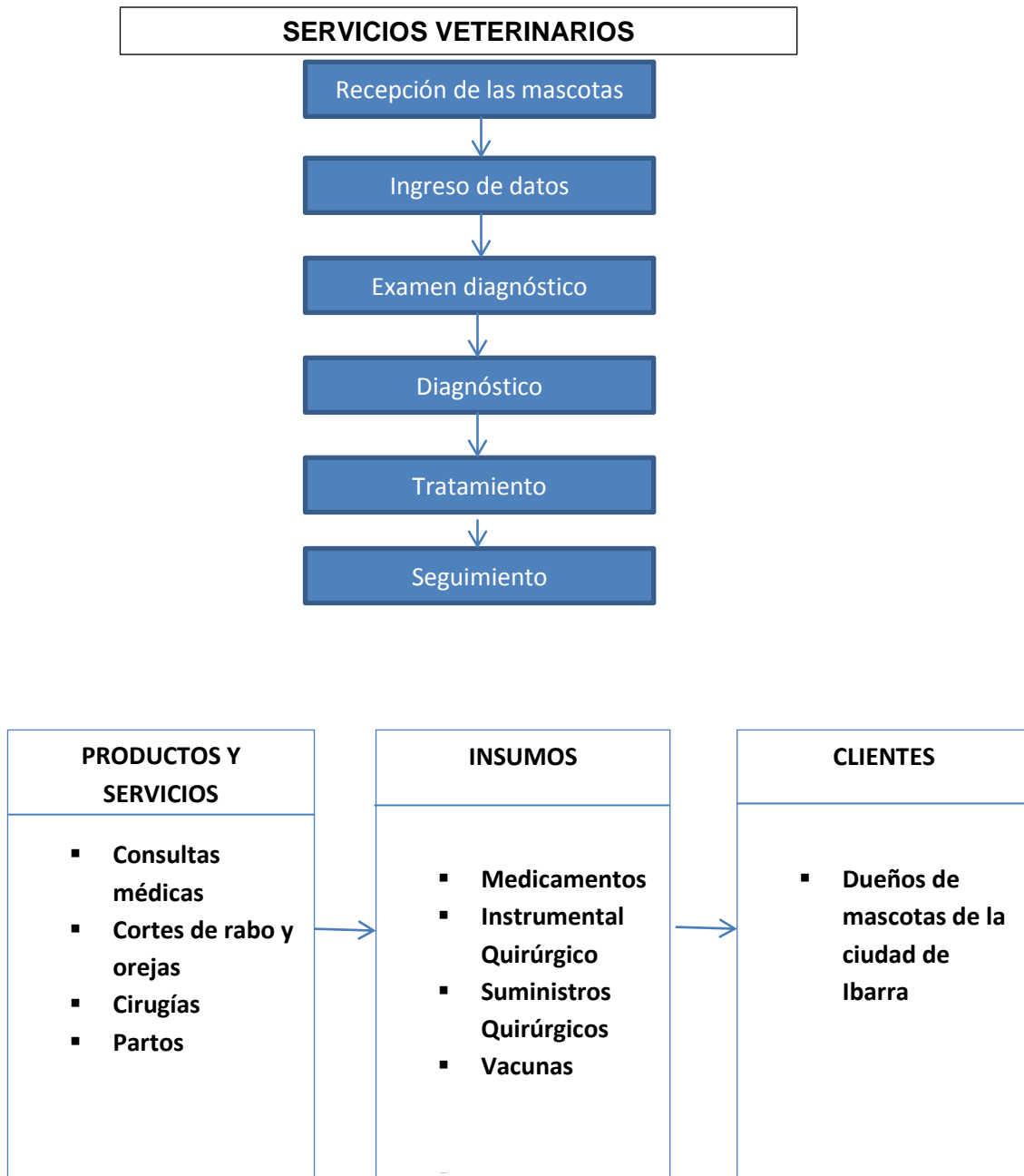


Gráfico No. 23

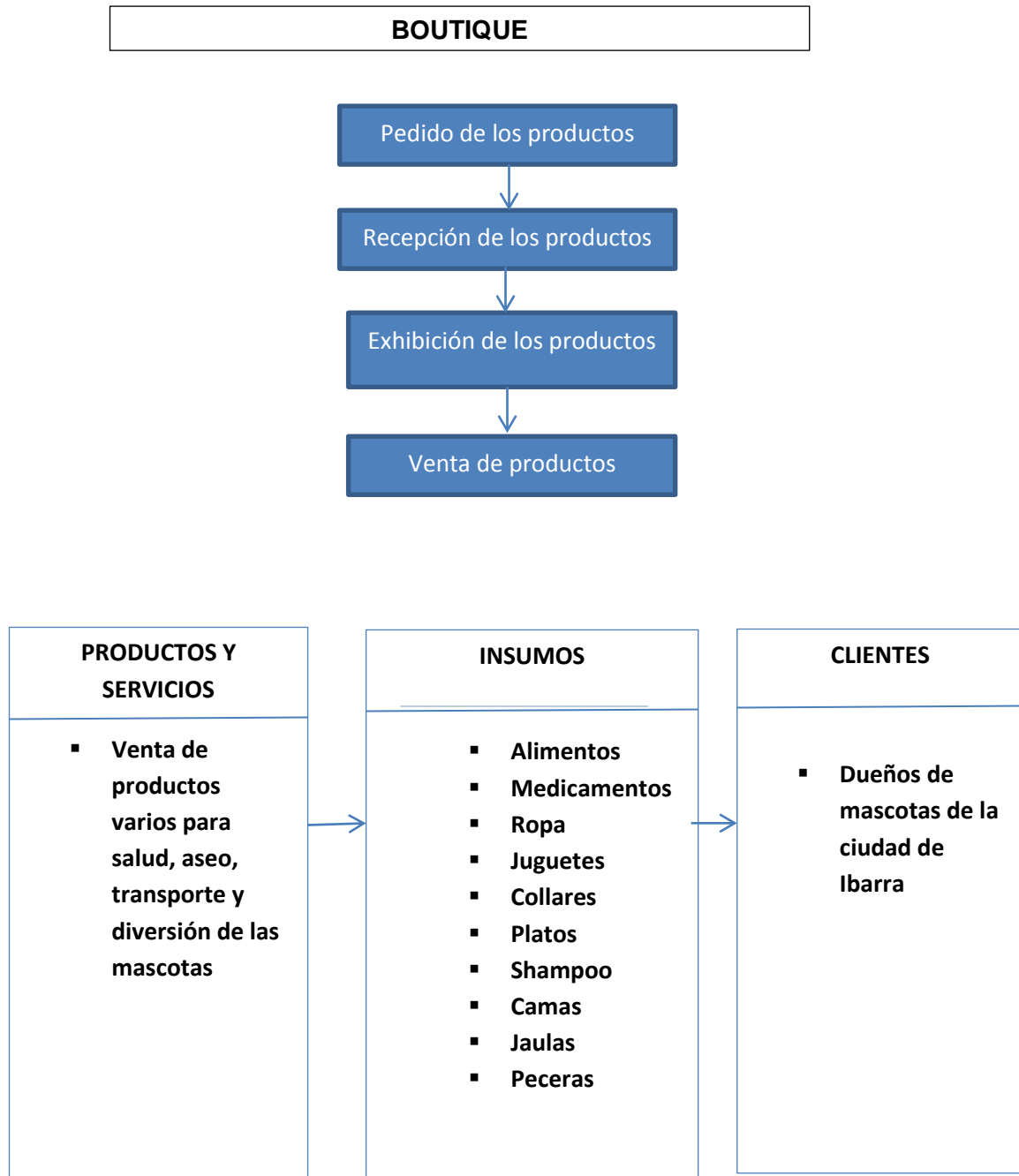


Gráfico No. 24

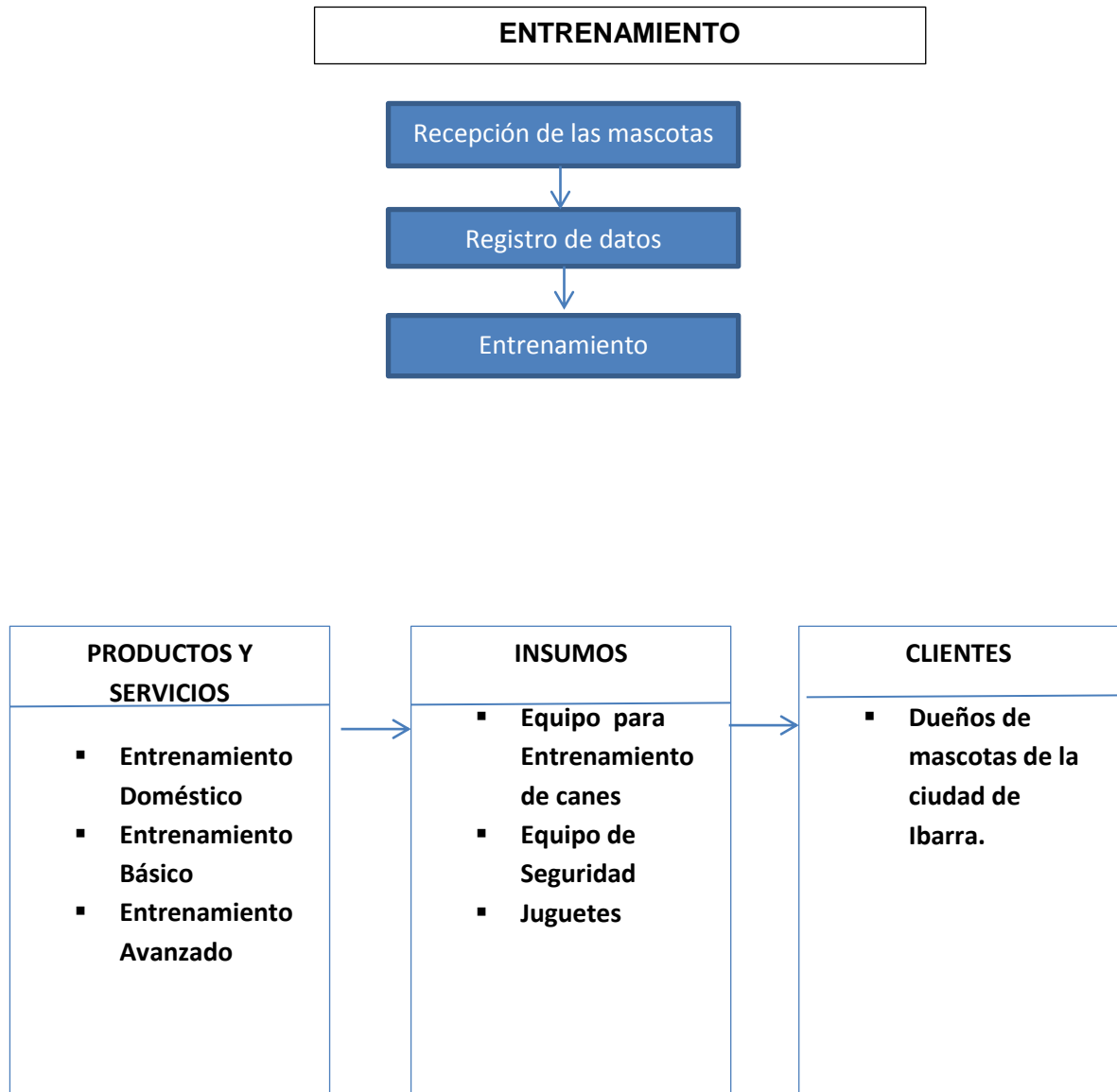
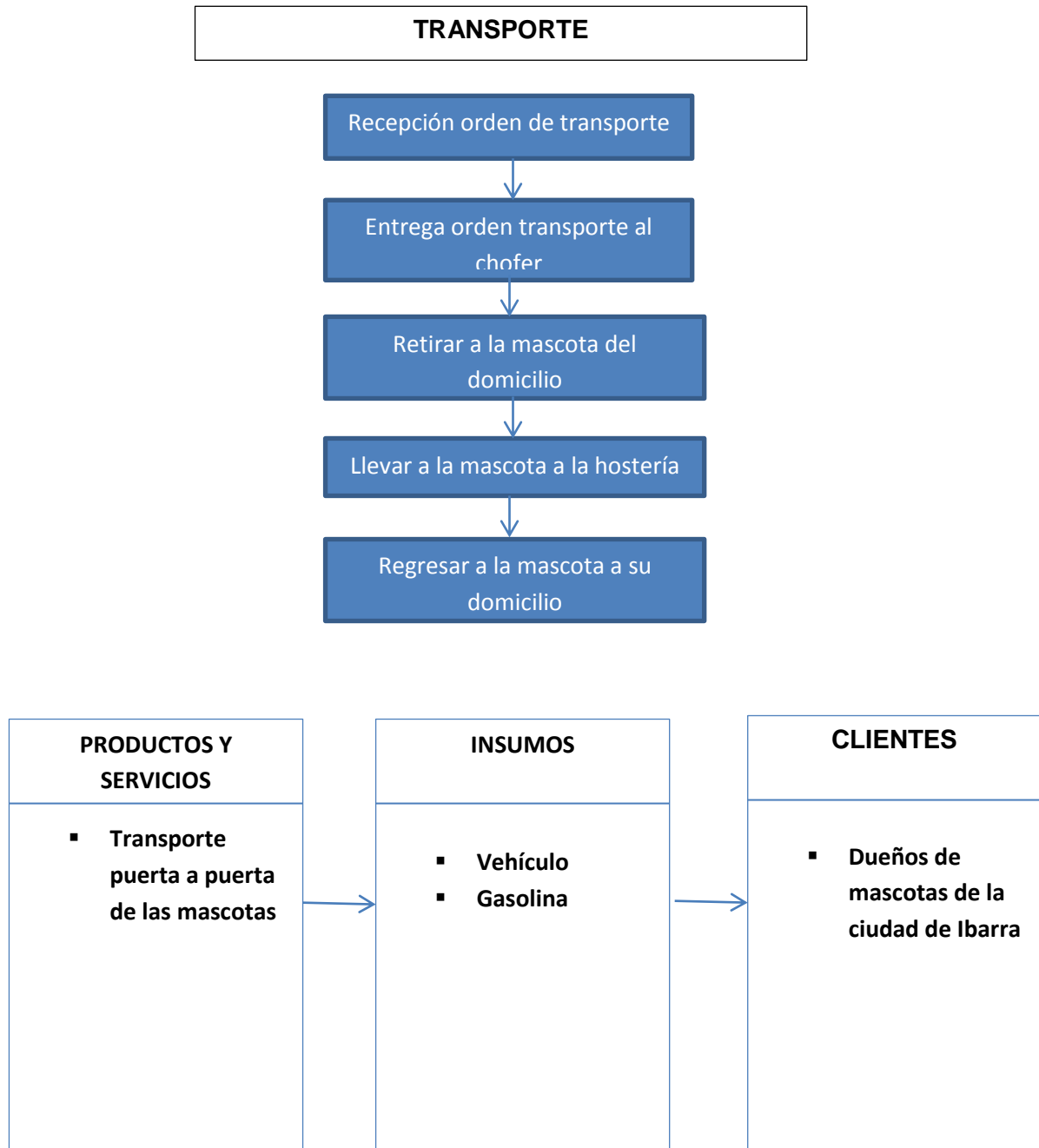


Gráfico No. 25



4.8 INVERSIÓN DEL PROYECTO

- **INVERSIONES**

La inversión inicial del proyecto es de 138.247,27 dólares estructurada de la siguiente manera: 40% de capital propio y 60% capital financiado.

Cuadro No. 30

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	55.298,91	40%
Inversión Financiada	82.948,36	60%
TOTAL	138.247,87	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.1. TERRENO

Cuadro No. 31

CONCEPTO	CANTIDAD mts²	VALOR m²	VALOR
TERRENO.	2100	8,10	\$ 17.010

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará con una inversión propia valorada en el mercado por 17.010 dólares, según catastros del Municipio de Ibarra. Un terreno con una dimensión de 2100 metros cuadrados.

4.8.2. INFRAESTRUCTURA ARQUITECTÓNICA

Cuadro No. 32

CONCEPTO	COSTO
ÁREA ADMINISTRATIVA	40.749,01
ÁREA OPERATIVA	40.327,09
TOTAL	81.076,10

Elaborado por: La Autora
Fuente: Ing. Edwin Vásquez
Año: 2013

Dentro de las inversiones del proyecto consta el costo de la infraestructura como inversión propia, el cual fue elaborado por el Ing. Edwin Vásquez el mismo que determina un área de 485,20 m² a un valor de \$ 167,10 por cada m².

4.8.3. VEHÍCULO

Cuadro No. 33

CONCEPTO	COSTO
CAMIONETA	20.000,00
TOTAL	20.000,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.4. IMPLEMENTOS DE TRABAJO

Cuadro No. 34

CONCEPTO	COSTO
EQUIPO QUIRÚRGICO	20,00
EQUIPO DE ESTÉTICA	300,00
EQUIPO DE ENTRENAMIENTO Y SEGURIDAD	30,00
TOTAL	350,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.5. EQUIPO DE CÓMPUTO

Cuadro No. 35

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras Ps Case-ATX	2	675	1.350
Impresoras EPSON	2	150	300
Computadora Portátil TOSHIBA	1	740	740
TOTAL			2.390

Elaborado por: La Autora

Fuente: Proformas

Disponer de equipos informáticos permitirá procesar los datos y obtener información adecuada y oportuna para una apropiada toma de decisiones.

4.8.6. EQUIPO DE OFICINA

Cuadro No. 36

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sumadora Casio	3	20	60
Televisor LG 21"	1	700	700
Teléfonos	4	50,00	200
TOTAL			960

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén

Activos que mejoran el desempeño diario de las actividades empresariales.

4.8.7. MUEBLES Y ENSERES

Cuadro No. 37

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa de Corte de Pelo	1	500	500
Estanterías Insumos	3	218.75	656,25
Estanterías Boutique	3	218.75	656,25
Caja	1	500	500
Sillas de Trabajo	6	18	108
Sillas Ejecutivas	3	77.68	233,04
Archivadores	3	187,50	562,50
Escritorios	3	245,54	736,62
TOTAL			3.952,66

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cotización

4.8.8. INVENTARIO DE MERCADERÍA

Cuadro No. 38

PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	CANT.	TOTAL
Buen Can 2 Kg.	4,13	6	24,78
Pro Can 2 Kg.	4,38	12	52,56
Minimascot 2 Kg.	3,79	6	22,74
Purina Dog Chow 2Kg.	4,45	12	53,40
Purina Dog Chow 4 Kg.	8,92	6	53,52
Dog Star 4 Kg.	7,74	6	46,44
Pedigree 4 Kg.	7,76	6	46,56
Nutritec Cat 2 Kg.	3,30	12	39,60
Gatuco 2 Kg.	4,87	12	58,44
Michu 2 Kg.	2,80	6	16,80
Purina Cat Chow 2 Kg.	4,68	6	28,08
Friskies 1 kg.	1,76	12	21,12
Pro Cat 4 kg.	9,50	6	57,00
Cantaclaro Loros/Cacatúas 1 Kg.	2,83	24	67,92
Mas Corona Alpiste 1 Kg.	1,33	24	31,92

Probird 1 Kg.	2,11	24	50,64
Cantaclaro Rabits 1 Kg.	0,55	24	13,20
Mascan Roles	1,58	6	9,48
Hueso grande	3,94	6	23,64
Hueso pequeño	1,17	6	7,02
Pelotas	6,24	12	74,88
Zapato plástico	2,92	12	35,04
Plato mediano	1,70	12	20,40
Juguete para gatos ratón peluche	6,15	6	36,90
Cepillo mediano	3,06	12	36,72
Peine	2,50	12	30,00
Camas	25,00	6	150,00
Kennel pequeño	39	3	117,00
Kennel mediano	49	3	147,00
Kennel grande	59	3	177,00
Ropa pequeña	7,00	12	84,00
Ropa pequeña	9,50	12	114,00
Ropa mediana	10,50	12	126,00
Ropa grande	12,50	12	150,00
Ropa grande	15,00	12	180,00
Vitaminas Vitanimal	1,50	12	18,00
Vitaminas para rabia	8,00	12	96,00
Vitaminas Múltiples	12,00	12	144,00
Spray para pulgas y garrapatas 275 ml	11,50	6	69,00
Power Forte Antipulgas para gato	3,40	6	20,40
Baño seco Esfiel antiparasitario	5,00	6	30,00
Shampoo shower Dog	3,00	12	36,00
Shampoo Esfiel	4,00	12	48,00
Jabón Ciper	2,00	12	24,00
Jabón Asuntol	2,00	12	24,00
Arena para gato 4Kg.	4,45	12	53,40
Easy groom	2,27	12	27,24
TOTAL			2.793,84

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cotización

4.8.9. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Cuadro No. 39

CONCEPTO	COSTO
Gastos de Constitución	350,00
TOTAL	350,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.10. SUELDOS Y SALARIOS

Cuadro No. 40

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente	1	500	6.000
Contador Externo	1	300	3.600
Veterinario	1	400	4.800
Secretaria Vendedora	1	400	4.800
Ayudante de Limpieza	1	318	3.816
Chofer- Entrenador	1	318	3.816
Guardia	1	318	3.816
Beneficios Ley	1	8.503,73	8.503,73
TOTAL			39.151,73

Elaborado por: La Autora
Fuente: MRL

En la parte de los sueldos se realizó de acuerdo al cuadro de sueldos y salarios del Ministerio de Relaciones Laborales (MRL).

4.8.11. SUMINISTROS

Cuadro No. 41

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tinta para impresora	4	20,00	80,00
Resma de papel bond	10	4,00	40,00
Perforadora	2	2,50	5,00
Grapadora	3	3,50	10,50
Carpetas y Carp. Arch.	20	2,50	50,00
Esferos	12	0,25	3,00
TOTAL			188,50

Elaborado por: El Autor

Fuente: Precios de mercado

La adquisición de implementos y suministros que incurren en las tareas administrativas diarias.

4.8.12. SERVICIOS BÁSICOS

Cuadro No. 42

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	\$100,00	1200
Servicio telefónico	\$50,00	600
Agua potable	\$50,00	600
Internet	\$25,00	300
TOTAL		2.700

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación Propia

4.8.13. GASTOS DE MANTENIMIENTO DEL EQUIPO DE CÓMPUTO

Cuadro No. 43

CONCEPTO	COSTO SEMESTRAL	COSTO ANUAL
Gastos de mantenimiento de los equipos de cómputo y accesorios.	100	200
Combustible y mantenimiento vehículo.	1200	2400
TOTAL	1300	2.600

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.14. GASTOS DE PUBLICIDAD

Cuadro No. 44

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad y Marketing	100	1.200
TOTAL	100	1.200

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.15. RESUMEN INVERSIÓN FIJA

Cuadro No. 45

CONCEPTO	COSTO
Terreno (2100 m ²)	17.010,00
Edificio (Infraestructura)	81.076,10
Vehículo camioneta	20.000,00

Implementos de Trabajo	350,00
Equipo de Oficina	960,00
Muebles y Enseres	3.952,66
Gastos de Constitución	350,00
Equipo de computo	2.390,00
TOTAL	126.088,76

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

4.8.16. RESUMEN DE INVERSIÓN VARIABLE

Cuadro No. 46

CONCEPTO	COSTO
Inventarios Mercadería	2.793,84
Sueldos y Salarios	39.151,73
Suministros	188,50
Servicios básicos	2.700,00
Gastos de mantenimiento del equipo de computo y accesorios	2600,00
Gastos de publicidad	1.200,00
TOTAL	48.634,07

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio económico se determina la fuente de origen de los fondos y la viabilidad financiera para su realización, ya que se cuantifica todos los recursos humanos, materiales y tecnológicos que se requieren para la prestación de los servicios que se plantea en la presente propuesta.

5.1. PROPUESTA DE INVERSIÓN

La propuesta de inversión permitirá establecer el origen y uso de los recursos financieros para poner en marcha el proyecto, puesto que se ha demostrado la existencia un mercado potencial y efectivo, calculando y estimando los recursos humanos, tecnológicos y materiales requeridos para su operatividad.

PLAN DE INVERSIONES

5.1.1. INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA

Considera el activo fijo y diferido, constituidos por los activos fijos de la empresa y los gastos para su implementación y funcionamiento, siendo para la presente propuesta el valor de \$ 126.088,76 dólares, conformados de la siguiente manera:.

Cuadro No. 47

<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
<i>Terreno</i>	<i>17.010,00</i>
<i>Obras civiles</i>	<i>81.076,10</i>
<i>Vehículo</i>	<i>20.000,00</i>
<i>Equipo de trabajo</i>	<i>350,00</i>
<i>Equipo de Oficina</i>	<i>2.390,00</i>
<i>Muebles y Enseres</i>	<i>4.912,66</i>
<i>Gastos de Constitución</i>	<i>350,00</i>
<i>Total</i>	<i>126.088,76</i>

Elaboración: La Autora

5.1.2. CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

Está constituido por el capital que se requiere para empezar a operar el negocio, se ha calculado para el financiamiento de gastos operativos de tres meses hasta cubrir los mismos con ingresos generados por el proyecto.

El capital de trabajo es la inversión inicial de un proyecto, tiene una diferencia muy importante en relación con el activo fijo, su naturaleza es líquida.

Cuadro No. 48
Capital de Trabajo

<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor</i>
<i>Sueldos administrativos</i>	3	4.575,90
<i>Sueldos operativos</i>	3	5.212,02
<i>Inventario de mercadería</i>	3	698,46
<i>Suministros</i>	3	47,13
<i>Servicios Básicos</i>	3	675,00
<i>Gastos Publicidad</i>	3	300,00
<i>Gastos Generales</i>	3	650,01
<i>CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL</i>		12.158,52

Elaborado por: La Autora

5.2. CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

5.2.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

Cuadro No. 49

<i>HOSTERIA MI MASCOTA</i>			
DATOS ENTRADA			
INVERSION INICIAL	-138.247,27	% APOORTE PROPIO	40%
APOORTE PROPIO	-55.298,91	% PRESTAMO	60%
PRESTAMO	-82.948,36		
TASA INTERES	17%		
TASA DE DESCUENTO	15%		
PREMIO AL RIESGO	10%		
PLAZO CREDITO	5		
PERIODO DE GRACIA	-		
PLAZO DE PAGO	5		

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%	TAZA DE PONDERACIÓN	COSTO NETO
INVERSIÓN FINANCIERA	- 82.948,36	60%	12,00%	7%
INVERSIÓN PROPIA	- 55.298,91	40%	10,00%	4%
INVERSIÓN TOTAL	- 138.247,27	100%	COSTO CAPITAL	11%
TASA DE REDESCUENTO	COSTO CAPITAL	MÁS	INFLACIÓN	
TASA DE REDESCUENTO	11%		4%	
TASA DE REDESCUENTO	15%			

Elaborado por: La Autora

Se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

Tasa de Descuento (T.M.A.R.)

T.M.A.R. = (1+KP) (1+Inf.) -1

T.M.A.R. = (1+0,11) (1+0,0416) -1

T.M.A.R. = 15.36 %

El 15.36 % constituirá la tasa de descuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

5.3. PROYECCIONES

5.3.1 INGRESOS

Los ingresos de la empresa se obtienen de la prestación de servicios en la hostería, el mismo, que se estimó en base a la demanda efectiva establecida en el estudio de mercado, tomando en cuenta su nivel de preferencia por servicio y la tasa de cobertura del 60% de la demanda insatisfecha, en vista de la capacidad instalada, obteniendo la siguiente demanda efectiva:

Cuadro No. 50
Demanda Efectiva

DEMANDA EFECTIVA		4528,8	4975,8	5730,6	6918	7692
TIPOS DE SERVICIOS	PREFERENCIA	DEMANDA EFECTIVA 2013	DEMANDA EFECTIVA 2014	DEMANDA EFECTIVA 2015	DEMANDA EFECTIVA 2016	DEMANDA EFECTIVA 2017
HOSPEDAJE	43%	1947	2140	2464	2975	3308
VETERINARIO	44%	1993	2189	2521	3044	3384
PELUQUERIA-BAÑO	13%	589	647	745	899	1000
ALMACEN	50%	2264	2488	2865	3459	3846
TOTAL DEMANDA		4.528,80	4.975,80	5.730,60	6.918,00	7.692,00

Elaborado por: La Autora

Cuadro No. 51
Cuadro de Precios de Servicios Mi Mascota

		INFLACIÓN		4,16%	BCE
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
TIPOS DE SERVICIOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS	PRECIOS
HOSPEDAJE	15	15,62	16,27	16,95	17,66
VETERINARIO	20	20,83	21,70	22,60	23,54
PELUQUERIA-BAÑO	15	15,62	16,27	16,95	17,66
ALMACEN	25	26,04	27,12	28,25	29,43

Elaborado por: La Autora

Los precios se proyectan en función de la tasa inflacionaria 4,016% del año 2012, establecida por el Banco Central del Ecuador.

HOSTERIA MI MASCOTA
Cuadro No. 52
Ingresos Proyectados

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
SERVICIOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS	INGRESOS
HOSPEDAJE	29.210,76	33.429,02	40.101,60	50.424,68	52.945,92
VETERINARIO	39.853,44	45.608,58	54.712,27	68.796,47	79.675,69
PELUQUERIA-BAÑO	8.831,16	10.106,45	12.123,74	15.244,67	17.655,41
ALMACEN	56.610,00	64.784,92	77.716,29	97.722,26	113.175,70
TOTAL INGRESOS	134.505,36	153.928,96	184.653,90	232.188,08	263.452,71

Elaborado por: La Autora

5.3.2 GASTOS PROYECTADOS

Los costos de operación del proyecto están constituidos por el total de la mano de obra, materia prima y costos indirectos, y se les proyecta con la tasa promedio anual del 10% del incremento salarial, ya que es la mano de obra y los costos indirectos los que tienen mayor incidencia en el costo total.

Cuadro No. 53
Mano de Obra Operativa

RECURSO HUMANO								
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	FDO. RES.	TOTAL
VETERINARIO	1	400	4,800.00	583.20	400	318	400	6,501.20
CHOFER - ENTRENADOR	1	318	3,816.00	463.64	318	318	318	5,233.64
AYUDANTE DE LIMPIEZA	1	318	3,816.00	463.64	318	318	318	5,233.64
GUARDIA	1	318	3,816.00	463.64	318	318	318	5,233.64
TOTAL		1354	16,248.00	1974.13	1354	1272	1354	22,202.13

Elaborado por: La Autora

Cuadro No. 54

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
CONCEPTO	MENSUAL	ANUAL
Materiales indirectos	200,00	2.400,00
Combustible y Mantenimiento	200,00	2.400,00
TOTAL	400,00	4.800,00

Elaborado por: La Autora

Cuadro No. 55

COSTO OPERACIÓN PROYECTADO		
Año	Mensual	Anual
2013	2.137,34	25.648,13
2014	2.351,08	28.212,95
2015	2.586,19	31.034,24
2016	2.844,81	34.137,66
2017	3.129,29	37.551,43

Elaborado por: La Autora

En lo que referente a sueldos se manejarán de acuerdo al código de trabajo, y lo que se refiere a las depreciaciones de acuerdo al Servicio de Rentas Internas.

REMUNERACIONES DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO

Cuadro No. 56

HOSTERIA MI MASCOTA								
REMUNERACIONES RECURSO HUMANO								
DETALLE	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL	IESS	13º	14º	FDO. RES.	TOTAL
GERENTE		500	6.000,00	729,00	500	318	500	8.047,00
CONTADOR EXTERNO	1	300	3.600,00	437,40	300	318	300	4.955,40
VETERINARIO	1	400	4.800,00	583,20	400	318	400	6.501,20
SECRETARIA- VENDEDORA	1	400	4.800,00	583,20	400	318	400	6.501,20

CHOFER – ENTRENADOR	1	318	3.816,00	463,64	318	318	318	5.233,64
AYUDANTE DE LIMPIEZA	1	318	3.816,00	463,64	318	318	318	5.233,64
GUARDIA	1	318	3.816,00	463,64	318	318	318	5.233,64
TOTAL		2554	30.648,00	3.723,73	2554	2226	2554	41.705,73

Elaborado por: La Autora

5.3.3 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

Cuadro No. 57

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE
<i>Inmuebles</i>	<i>5 %</i>
<i>Muebles y Enseres</i>	<i>10 %</i>
<i>Maquinaria y Equipo</i>	<i>10 %</i>
<i>Vehículos</i>	<i>20 %</i>
<i>Equipo de Computación</i>	<i>33,33 %</i>

ELABORADO POR: LA AUTORA

FUENTE: LORTI ARTÍCULO 21 NUMERAL 6

CONCEPTO	%	VALOR NOMINAL	2013	2014	2015	2016	2017	VALOR LIBROS
Terreno	0%	17.010,00						17.010,00
Construcciones	5%	81.076,10	4.053,81	4.053,81	4.053,81	4.053,81	4.053,81	60.807,08
Maquinaria y equipo	10%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	10%	6.721,00	672,10	672,10	672,10	672,10	672,10	3.360,50
Equipo de computación	33,33%	2.390,00	796,67	796,67	796,66	0	0	0,00
Nuevo Equipo Comp	33,33%	2.390,00				796,67	796,67	796,66
TOTAL		109.587,10	5.522,58	5.522,58	5.522,57	5.522,58	5.522,58	81.974,24

CONCEPTO	%	VALOR NOMINAL	2013	2014	2015	2016	2017	VALOR LIBROS
Amortización Gastos Constituc.	20%	350,00	70	70	70	70	70	0,00
TOTAL		350,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	0,00

Elaborado por: La Autora

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro No. 58

MODELO PARA CALCULO DE TABLAS DE PAGO ANUALES					
METODO: PAGO TOTAL DE CUOTA CONSTANTE					
DATOS BASICOS DEL CREDITO:					
MONTO DEL CREDITO	- 82.948,36	USA\$	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO		
TASA DE INTERES	17%	ANUAL	<----- DIGITE DATO CON %		
PLAZO DEL CREDITO	5	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO		
PERIODO DE GRACIA	0	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO		
PLAZO PARA PAGAR	5	AÑOS	<----- DIGITE MONTO ABSOLUTO		
PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERESES	PAGO DE PRINCIPAL	PAGO TOTAL	SALDO FINAL
0	- 82.948,36	0,00	0,00	0,00	- 82.948,36
1	- 82.948,36	14.101,22	11.825,44	25.926,66	- 71.122,92
2	- 71.122,92	12.090,90	13.835,76	25.926,66	- 57.287,16
3	- 57.287,16	9.738,82	16.187,84	25.926,66	- 41.099,32
4	- 41.099,32	6.986,88	18.939,78	25.926,66	- 22.159,54
5	- 22.159,54	3.767,12	22.159,54	25.926,66	- 0,00
TOTAL		46.684,94	82.948,36	129.633,31	

Elaborado por: La Autora

5.4. PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro No. 59

HOSTERIA MI MASCOTA

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Ingresos</i>	134.505,36	153.928,96	184.653,90	232.188,08	263.452,71
<i>Costo de Operación</i>	25.648,13	28.212,95	31.034,24	34.137,66	37.551,43
<i>Gastos operacionales</i>	39.685,91	39.576,19	39.310,67	38.849,68	38.145,51
<i>(-) Remuneraciones</i>	18.303,60	20.133,96	22.147,35	24.362,09	26.798,30
<i>(-) Suministros de oficina</i>	188,52	196,36	204,53	213,04	221,90
<i>(-) Depreciaciones</i>	5.522,58	5.522,58	5.522,57	5.522,58	5.522,58
<i>(-) Amortizaciones gastos constitución</i>	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
<i>(-) Gasto Publicidad</i>	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
<i>(-) Gasto Servicios Básicos</i>	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
<i>(-) Gasto Financieros</i>	14.101,22	12.090,90	9.738,82	6.986,88	3.767,12
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	69.171,32	86.139,82	114.309,00	159.200,74	187.755,78
<i>(-) 15% Trabajadores</i>	10.375,70	12.920,97	17.146,35	23.880,11	28.163,37
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	58.795,62	73.218,85	97.162,65	135.320,63	159.592,41
<i>(-) 22% Impuesto Renta</i>	12.935,04	16.108,15	21.375,78	29.770,54	35.110,33
UTILIDAD NETA	45.860,58	57.110,70	75.786,86	105.550,09	124.482,08

Elaborado por: La Autora

El estado de pérdidas y ganancias proyectado, genera resultados favorables en el periodo de ejecución del proyecto, proyectándose los gastos a una tasa inflacionaria del 4,16% a excepción de los salarios que se proyectan a una tasa del 10%, y considerando el porcentaje de pago del impuesto a la renta, que es del 22% a partir del año 2013 y para los años siguientes como está establecido en la Ley de Régimen Tributario.

5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro No. 60

HOSTERIA MI MASCOTA

PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	18.492,12	20.330,32	22.351,88	24.575,13	27.020,20
GASTOS DE VENTA	1.200,00	1.249,92	1.301,92	1.356,08	1.412,49
DEPRECIACIONES	5.522,58	5.522,58	5.522,57	5.522,58	5.522,58
TOTAL COSTOS FIJOS	25.214,69	27.102,81	29.176,37	31.453,78	33.955,26
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MANO OBRA DIRECTA	20.848,13	22.932,95	25.226,24	27.748,86	30.523,75
MATERIALES INDIRECTOS	4.800,00	5.280,00	5.808,00	6.388,80	7.027,68
SERVICIOS BÁSICOS	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
TOTAL COSTOS VARIABLES	25.948,13	28.525,43	31.359,72	34.476,68	37.904,55
TOTAL COSTOS	51.162,82	55.628,24	60.536,08	65.930,46	71.859,82
VENTAS	134.505,36	153.928,96	184.653,90	232.188,08	263.452,71
PUNTO DE EQUILIBRIO %	0,23	0,22	0,19	0,16	0,15
VENTAS EN DÓLARES	31.241,69	33.267,87	35.145,04	36.938,65	39.661,62
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0,81	0,81	0,83	0,85	0,86

Elaborado por: La Autora

El punto de equilibrio está establecido en el 23% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están disminuidos del total de ventas.

La capacidad de equilibrio se ubica en 0,81, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,81 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades y los 0,19 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto.

5.6 FLUJO DE CAJA FINANCIERO

Cuadro No. 61

FLUJO DE EFECTIVO

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN	-138.247,27					
UTILIDAD EJERCICIO		45.860,58	57.110,70	75.786,86	105.550,09	124.482,08
(+) Depreciaciones		5.522,58	5.522,58	5.522,57	5.522,58	5.522,58
(+) Amortizaciones		70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
(-) Reinversión		-	-	-	2.390,00	-
(-) Pago capital		11.825,44	13.835,76	16.187,84	18.939,78	22.159,54
(+) Recuperación Bienes (VL)						81.974,24
(+) Recuperación Capital Trabajo						4.052,84
FLUJO NETO	-138.247,27	39.627,72	48.867,52	65.191,59	89.812,88	193.942,19

Elaborado por: La Autora

5.7 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN VAN Y TIR

VAN O VALOR ACTUAL NETO

Cuadro No. 62

TMAR	15,36%
VAN	\$ 120.930,34

AÑO	FLUJO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS
0	-138.247,27		(138.247,27)
1	39.627,72	0,866851595	34.351,35
2	48.867,52	0,751431688	36.720,60
3	65.191,59	0,651379757	42.464,48
4	89.812,88	0,564649581	50.712,81
5	193.942,19	0,48946739	94.928,38
VAN			120.930,34

Elaborado por: La Autora

Aplicando la fórmula para el cálculo del VAN se determina los siguientes valores:

$$VAN = -138.247,27 + 34.351,35 + 36.720,60 + 42.464,48 + 50.712,81 + 94.928,38$$

$$(1,1536)^1 \quad (1,1536)^2 \quad (1,1536)^3 \quad (1,1536)^4 \quad (1,1536)^5$$

$$VAN = 120.930,34 \text{ USD}$$

La suma de los flujos de efectivo descontados de \$259.177,62 superior a la inversión inicial de \$138.247,27; la hostería de mascotas cubrirá la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años de \$120.930,34, manejada a un costo de capital del 15.36%, lo cual implica que el proyecto es factible.

5.8 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

Cuadro No. 63

TIR 39,41%			
AÑO	FLUJO DE FONDOS	TASA DE DESCUENTO	
		39,00%	40,00%
0	(138.247,27)	(138.247,27)	(138.247,27)
1	39.627,72	28.509,15	28.305,51
2	48.867,52	25.292,44	24.932,41
3	65.191,59	24.274,33	23.757,87
4	89.812,88	24.059,10	23.379,03
5	193.942,19	37.376,47	36.060,53
VAN		1.264,21	(1.811,93)
TIR		39,41%	

Elaborado por: La Autora

Con estos datos y aplicando la fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = TM - \frac{(TM - Tm) \text{ VAN } TM}{\text{VAN } TM - \text{VAN } Tm}$$

En donde:

TM =Tasa Mayor
Tm = Tasa menor
VAN = Valor actual neto

$$TIR = 40\% - \frac{(40\% - 39\%) * (-1811,93)}{(-1811,93) - 1264,21}$$

$$TIR = 39,41\%$$

De acuerdo con esta tasa, que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto que es de 15,36%, demuestra que el proyecto es factible.

5.9 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Cuadro No. 64

PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	FLUJO DE FONDOS	INVERSIÓN INICIAL
0		(138.247,27)
1	39.627,72	39.627,72
2	48.867,52	88.495,23
3	65.191,59	49.752,04
4	89.812,88	
5	193.942,19	

Elaborado por: La Autora

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de:

- *Flujos de fondos de los dos primeros años* 88.495,23
- *Flujo de fondo tercer año para cubrir inversión* 49.752,04

Se divide el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del tercer año $49.752,04/65.191,59 = 0.76$; que es la fracción del año necesario en el cuarto período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

$PR = 2.916$ años

$PR = 2$ años, 9 meses, 16 días

5.10 BENEFICIO COSTO

La relación beneficio-costo consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

Para lo cual primeramente se determina los ingresos totales que provienen de las ventas, mientras que los egresos totales son provenientes de los costos y gastos determinados para el proyecto.

Cuadro No. 65

INGRESOS Y EGRESOS TOTALES

AÑO	INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES
1	134.505,36	65.334,04
2	153.928,96	67.789,14
3	184.653,90	70.344,90
4	232.188,08	72.987,34
5	263.452,71	75.696,94

INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑO	INGRESOS TOTALES	EGRESOS TOTALES
1	116.596,19	56.634,92
2	115.667,10	50.938,91
3	120.279,81	45.821,25
4	131.104,90	41.212,27
5	128.951,51	37.051,18
TOTALES	612.599,51	231.658,53

beneficio 2,64
costo

$$\text{Beneficio/costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}} \quad \text{Beneficio/costo} = \frac{612.599,51}{231.658,53}$$

$$\text{Beneficio/ costo} = 2,64$$

Nos refleja el resultado de 2,64, lo que significa, que por cada dólar invertido se obtiene un superávit de 1,64 centavos de dólar

CAPÍTULO VI

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 CONFORMACIÓN INTERNA EXTERNA DE LA EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Luego de realizar un análisis y el estudio de mercado correspondiente damos como resultado la conformación de una hostería para mascotas la misma que se llamará ***MI MASCOTA HOSTERÍA.***

7.1.2. PARTE LEGAL

Se cumplirá con los siguientes requisitos que se necesitan para constituir una microempresa en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra.

7.1.2.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC) SRI.

- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Original y copia del certificado de votación del representante legal.
- Informe de donde se encuentra ubicada la empresa, con direcciones actualizadas.
- Planillas de (agua, luz o teléfono)
- Nombre de la empresa y tipo de empresa.

7.1.2.2. PATENTE MUNICIPAL

- Recibo del último pago de impuesto predial de la ubicación del centro.
- Copia del RUC.
- Documentos del representante legal

7.1.2.3. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Permiso Sanitario de funcionamiento

6.2. MISIÓN

Somos una empresa dedicada a brindar servicios de cuidado de mascotas a las familias de Ibarra, ofertándoles una opción de calidad en lo referente a estética, salud y hospedaje, en el momento que así lo requieran.

6.3. VISIÓN

La empresa en cinco años llegará a posicionarse como líder en el norte del país en brindar servicios diversificados y de calidad en el cuidado de mascotas, con la mejor atención y eficiencia de sus colaboradores.

6.4. POLÍTICAS

- Brindar un buen servicio, seguridad y confianza
- Atender a su mascota como a un miembro de la familia
- Mejorar la calidad de nuestros servicios.
- Ofrecer experiencia y profesionalismo con capacitación permanente.

6.5. VALORES

- **Preparación:** Desarrollo de un consenso ejecutivo sobre las metas y objetivos que se pretende alcanzar.
- **Identificación:** Desarrollo de un modelo de empresa orientado a satisfacer las necesidades de los propietarios de mascotas.
- **Soluciones:** Establecimiento de resultados para la implantación de las percepciones por medio del diseño social que organiza y estructura el Talento Humano necesarios que tendrán a su cargo el proceso rediseñado.
- **Transformación:** Ejecución de las visiones del proceso, innovando servicios.

6.6. LOGOTIPO

El logotipo es la carta de presentación, razón por la cual tiene un gran significado que es la confianza y seguridad de los servicios que se brindan, y preservando además el medio ambiente.

Gráfico No. 26

Logotipo de la Microempresa

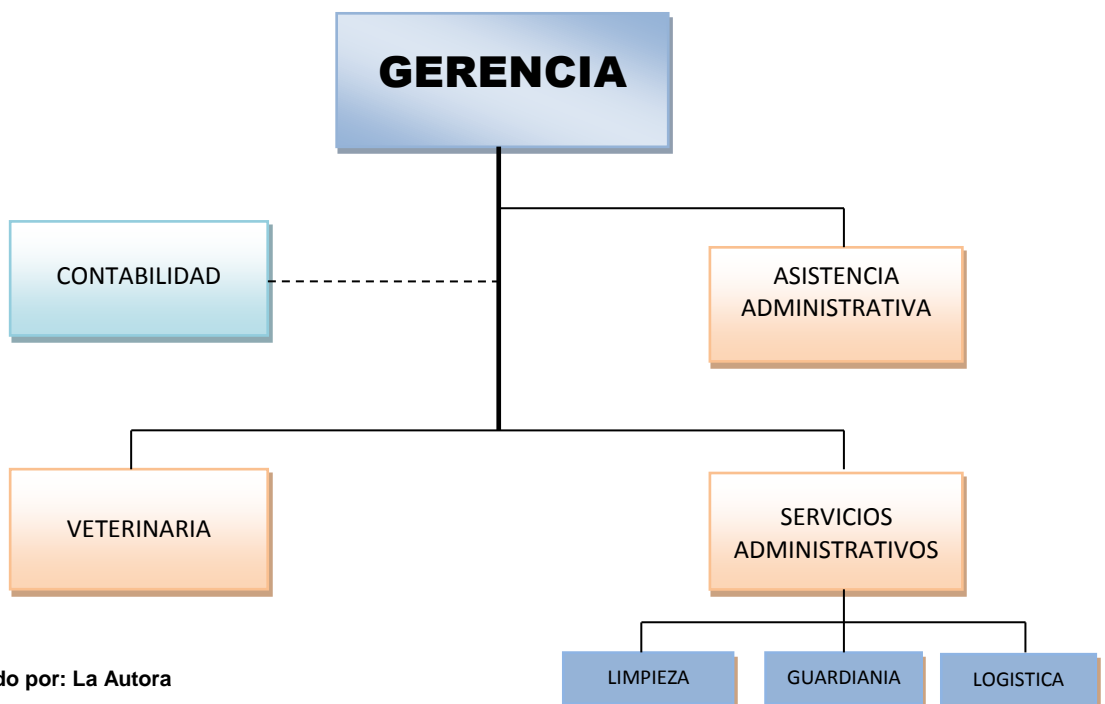


Elaborado por: La Autora
Año: 2013

6.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Gráfico No. 27

Estructura Orgánica de la Empresa



Elaborado por: La Autora
Año: 2013

6.8. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

6.8.1. MANUAL DE FUNCIONES

El presente Manual de Funciones para la hostería para Mascotas de la Ciudad de Ibarra, muestra de manera explícita la estructura organizacional de la empresa, en sus diferentes áreas y puestos de trabajo. Mediante lo cual se delegan tareas que deben ser de conocimiento de todos los miembros que formarán la empresa, y lograr una buena marcha de la misma.

6.8.2. OBJETIVO GENERAL

Delegar a quienes conformarán la Hostería de Mascotas de la Ciudad de Ibarra las diferentes funciones correspondientes a cada puesto con el fin de encontrar una adecuada relación de jerarquía dentro de la empresa evitando de esta manera inconvenientes innecesarios en dichas personas.

6.8.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Obtener un cumplimiento adecuado de las funciones asignadas a cada puesto de trabajo.
- ✓ Mantener organizada la estructura jerárquica de la empresa.
- ✓ Conseguir un adecuado reparto de responsabilidades para todos los cargos.

6.9. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE CARGOS

6.9.1. Unidad: Gerencia

Descripción General: Planificar, organizar, dirigir, controlar las diferentes áreas y actividades de la empresa.

Descripción del Cargo –Gerente

Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Crear las diferentes estructuras y sistemas necesarios para la Hostería para Mascotas de Ibarra.
- ✓ Velar por el adecuado funcionamiento de la empresa.
- ✓ Delegar adecuadamente las funciones a cada persona que conformará la empresa.
- ✓ Buscar el bienestar de sus empleados.
- ✓ Establecer un diálogo permanente con sus empleados para conocer sus necesidades.
- ✓ Mantener un espíritu innovador y de apertura a los cambios.
- ✓ Permitir la participación de todos los miembros de la empresa.
- ✓ Mantener un ambiente ético y de buenas relaciones entre el personal de la empresa.
- ✓ Tomar decisiones adecuadamente.
- ✓ Establecer contacto con los clientes.
- ✓ Buscar la calidad de los servicios y productos que brindará la empresa.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales:

Instrucción Básica: Título de Tercer o Cuarto Nivel en Administración de Empresas o Afines.

Experiencia de Trabajo: Mínima de 2 años en unidades de Gerencia General.

Otras Aptitudes: Espíritu emprendedor abierto a cambios, capacidad para toma de decisiones y para establecer buenas relaciones con el personal y los clientes.

Responsabilidad: Administrar adecuadamente los recursos de la empresa.

6.9.2. Unidad: Contabilidad

- **Descripción General:** Asesorar en materia contable, fiscal y financiera

Descripción del Cargo - Contador

Funciones y Responsabilidades

Son funciones del Contador Público Autorizado.

- Realizar retenciones tributarias.
- Es responsable en llevar la contabilidad de la empresa.
- Presentar informes y análisis financieros.
- Hacer uso de la información para tomar decisiones.
- Procurar un ambiente cordial y abierto entre los miembros de la empresa.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales

Instrucción Básica: Título de Tercer Nivel en Contabilidad Superior.

Experiencia Laboral: Mínima de 1 año en cargos similares

Otras Aptitudes: Excelentes relaciones humanas, capacidad de síntesis, manejo confidencial de la información, Visión general de objetivos y estrategias de una organización

Responsabilidad: Mantener un adecuado archivo para control contable manejo de la contabilidad de la empresa, mostrar buena imagen de la empresa tanto para personas ajenas a la empresa como para quienes forman parte de la misma.

6.9.3 Unidad: Asistencia Administrativa

Descripción General: Tomar notas, redactar documentos, programar reuniones, agendar citas veterinarias, custodiar archivos. Encargarse de la recepción, venta, caja y despacho de mercadería de la boutique de

mascotas organizando inventarios y analizando la necesidad de adquisiciones con proveedores para brindar los diferentes servicios que ofrecerá la empresa.

Descripción del Cargo – Asistente Administrativa

Funciones y Responsabilidades

- ✓ Recibir y entregar la correspondencia.
- ✓ Atención a clientes y proveedores.
- ✓ Tomar dictados de los documentos que lo requieran.
- ✓ Contestar llamadas telefónicas.
- ✓ Llevar un control de asistencia de los empleados.
- ✓ Efectuar la venta personalizada de productos y servicios que oferta la empresa.
- ✓ Llevar un registro de las ventas efectuadas.
- ✓ Brindar una atención al cliente personalizada.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales

Instrucción Básica: Título de Tercer Nivel en Secretariado.

Experiencia de Trabajo: Mínima de 2 años en áreas similares.

Otras Aptitudes: Excelentes relaciones humanas, capacidad de síntesis, manejo confidencial de la información. Facilidad de resolver problemas que plantea el cliente como quejas, reclamos, devoluciones, etc.

Responsabilidad: Mantener un adecuado archivo para control contable, mostrar buena imagen de la empresa tanto para personas ajenas a la empresa como para quienes forman parte de la misma.

Responsabilidades: Mostrar el registro de las ventas realizadas a sus superiores periódicamente.

6.9.4. Unidad: Veterinaria

Descripción General: Persona encargada de brindar servicios de medicina y cuidado a las mascotas en un horario de 4 horas fijas.

Descripción del Cargo -Veterinario

Funciones y Responsabilidades

- ✓ Diagnosticar las enfermedades que presenten las mascotas.
- ✓ Recetar medicamentos para las enfermedades de las mascotas.
- ✓ Vacunar a las mascotas.
- ✓ Cortar pelo y rabo a las mascotas.
- ✓ Realiza cirugías cuando las circunstancias los requieren.
- ✓ Brinda asesoría en cuanto a la salud y cuidado de las mascotas.
- ✓ Cuidar del instrumental necesario para su trabajo.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales

Instrucción Básica: Título Superior en Veterinaria.

Experiencia de Trabajo: Mínima de dos años en actividades afines.

Otras Aptitudes: Capacidad para solucionar los problemas de salud de las mascotas. Buenas relaciones con clientes y el resto del personal de la empresa. Buscar la mejor alternativa y el ahorro de recursos en beneficio de la empresa y el cliente.

Responsabilidad: Brindar servicios profesionales para el cuidado y salud de las mascotas asegurando la clientela. Indicar la información necesaria para la elaboración de un registro de cada cliente.

6.9.5. Unidad: Logística

Descripción General: Encargado del entrenamiento y transporte de las mascotas.

Descripción del Cargo - Chofer

Funciones y Responsabilidades

- ✓ Transportar de puerta a puerta a las mascotas cuando el cliente lo requiera.
- ✓ Adquirir y transportar la mercadería que requiere la Hostería para Mascotas de Ibarra.
- ✓ Entrenar de manera personalizada a los canes.
- ✓ Llevar un registro de los clientes atendidos.
- ✓ Cuidar los implementos requeridos para el entrenamiento de las mascotas.
- ✓ Pasear y jugar con las mascotas.

Análisis del Cargo

Requerimientos Intelectuales

Instrucción Básica: Título de Bachiller. Licencia de Conducir Tipo “B”.

Experiencia de Trabajo: Mínima de 2 años en cargos similares.

Otras Aptitudes: Innovación en sus servicios con la ayuda de una capacitación permanente. Brindar un servicio personalizado. Registrar a cada cliente con la finalidad de que cada uno tenga su propio historial.

Manejar con cuidado el transporte de las mascotas y la mercadería.

Responsabilidades: Brindar un servicio adecuado de entrenamiento y transporte de mascotas. Ayudar para una adecuada adquisición de la mercadería. Participar en actividades a favor del desarrollo de la empresa.

6.9.6. Unidad: Limpieza

Descripción General: Realiza la limpieza de toda la infraestructura de la empresa, alimenta y baña a las mascotas.

Descripción del Cargo – Asistente de Servicios

Funciones y Responsabilidades

- ✓ Realizar el aseo de los caniles y gateras de la Hostería para Mascotas.
- ✓ Asear la oficina de la empresa.
- ✓ Mantener las áreas verdes de la empresa.
- ✓ Realizar ciertos mandados cuando sea requerido.
- ✓ Alimentar a las mascotas.
- ✓ Bañar a las mascotas.
- ✓ Peluquería de mascotas
- ✓ Llevar un registro de la alimentación de las mascotas.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales

Instrucción Básica: Título de Bachiller.

Experiencia de Trabajo: Mínima de 1 año en actividades similares.

Otras Aptitudes: Resistencia física. Ser amigable con las mascotas. Conocimiento de razas para realizar estilos de peluquería.

Responsabilidades: Presentar a sus superiores un registro periódico de las veces que alimenta y baña a las mascotas. No descuidar por ningún motivo la infraestructura de la Hostería para Mascotas. Mostrar una buena imagen de la empresa. Participar en actividades para el buen desarrollo de la empresa.

6.9.7. Unidad: Guardianía

Descripción General: Mantiene el orden y seguridad en la Hostería para Mascotas.

Descripción del Cargo - Guardia

Funciones y Responsabilidades

- ✓ Velar por el orden y seguridad de la empresa.
- ✓ Dar la bienvenida a los clientes.
- ✓ Permitir o impedir la entrada a personas ajenas a la empresa según sea el caso.
- ✓ Receptar correspondencia.
- ✓ Comunicar el ingreso de personas a la Hostería para Mascotas.
- ✓ Dar información al cliente.
- ✓ Defender la integridad de las instalaciones y el personal de la empresa.

Análisis del Cargo

Requisitos Intelectuales

Instrucción Básica: Título de Bachiller.

Experiencia Laboral: Mínima de 1 año en cargos similares.

Otras Aptitudes: Actuar adecuadamente ante situaciones adversas que se presentaren. Mantener buenas relaciones personales. Llevar un registro de las personas y objetos que ingresan a la Hostería para Mascotas.

Responsabilidades: Presentar informe diario a sus superiores del ingreso de personas y cosas a la empresa. Dar una imagen de seguridad a la empresa. Participar en actividades para el desarrollo de la empresa.

CAPÍTULO VII

8. IMPACTOS

Todo proyecto de inversión genera impactos sean positivos o negativos ya que pueden afectar a los seres humanos y el medio ambiente.

Los principales impactos que genera la hostería para mascotas y su nivel de ponderación se los obtuvo de la investigación de fuentes primaria, del análisis del medio en donde se desarrollara el proyecto para tener datos más acordes a la realidad y de este modo analizar el éxito o fracaso del plan productivo.

Los impactos que se mencionan son los de mayor influencia que tiene el proyecto dentro del entorno en donde se formará la empresa.

8.1. MATRIZ DE IMPACTOS

En la presente investigación se utiliza una matriz general para realizar el análisis individual de los impactos.

Cuadro No. 66
Matriz de Impactos

IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO	INDIFERENTE	IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO
-3	-2	-1	0	1	2	3
ALTO	MEDIO	BAJO	INDIFERENTE	BAJO	MEDIO	ALTO
NEGATIVO				POSITIVO		

Elaborado por: La Autora

Para el análisis de los impactos se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria de asignación numérica}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impactos} = \text{Sumatoria} / n$$

8.2. IMPACTO SOCIAL

Dentro de este ámbito, este proyecto ha dado cabida a muchas afecciones sociales, siendo un generador de empleo para la población que habita dentro de la zona.

Cuadro No. 67

Impacto Social

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Equidad de género. • Nuevas plazas de trabajo • Mejora en la calidad de vida • Satisfacción de necesidades • Aporte al estado a través de tributos 						X X X X	X
TOTAL						8	3

Nivel de Impacto Social = $\Sigma / \text{Número de Indicadores}$

$$\text{NI} = 5 \div 11 = 0.45$$

Nivel de Impacto Social = Impacto Medio Positivo

Elaborado por: La Autora

a) ANÁLISIS

Al generar plazas de trabajo aportamos al desarrollo social de Ibarra respetando la equidad de género y evitando el desempleo; lo que permitirá mejorar la calidad de vida de su recurso humano quienes podrán satisfacer sus necesidades básicas.

El Estado al formar parte de la sociedad se verá beneficiado con la creación de la hostería para mascotas ya que ésta contribuirá mediante los tributos para buscar el beneficio común de la sociedad.

8.3. IMPACTO ECONÓMICO

Fundamentados en la realización y optimización de diversos recursos ha dado suma importancia de la existencia de cobertura social, siendo las personas del sector los principales beneficiados tomándolos como población objetiva y un incremento de la productividad local, dinamizando la economía del Cantón.

Cuadro No. 68

Impacto Económico

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la economía de Ibarra • Incremento de la Inversión • Innovación y diversificación de actividades económicas. • Crecimiento Comunitario • Servicios de Calidad 						X X X	X X X
TOTAL						4	9

Nivel de Impacto Económico = Σ /Número de Indicadores

NI= 5€ = $13/5 = 2,6$

Nivel de Impacto Económico = Impacto Medio Positivo

Elaborado por: La Autora

b) ANÁLISIS

El impacto lo podemos definir como medio positivo; promoviendo a la vez el talento humano local con lo cual creamos innovación y diversificación de servicios.

Ibarra verá beneficiada su economía con esta empresa ya que se incrementará su desarrollo como efecto de la inversión y los ingresos que esta producirá, mejorando en nivel de vida de la sociedad especialmente de quienes formarán parte de la empresa.

Al ofrecer calidad y variedad de los servicios se logrará mantener la clientela e incrementarla lo que permitirá incrementar los ingresos, rentabilidad y su desarrollo.

7.4 IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro No. 69

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Fuente de consulta para otros alumnos							X
• Fuente de apoyo para profesores						X	
• Aporte a la sociedad							X
TOTAL						2	6

Elaborado por: La Autora

Nivel de Impacto Educativo= $\Sigma/\text{Número de Indicadores}$

NI= $3\epsilon = 8/3 = 2.66$

Nivel de Impacto Educativo= Impacto Medio Positivo.

ANÁLISIS:

Como fuente de consulta para otros alumnos el proyecto se constituye el origen de otros proyectos, impulsando a la creatividad y como apoyo para proyectos que se están realizando.

Para los profesores el impacto es positivo al incentivar a la búsqueda de nuevas metodologías para la enseñanza sobre realización de proyectos que beneficien a la sociedad. La sociedad se verá beneficiada en gran medida de los proyectos de grado, especialmente poniéndolos en práctica y para personas que gustan del tema y necesitan una guía para sus inversiones.

7.10 IMPACTO EMPRESARIAL

Este impacto tiene muchas consecuencias y expectativas en el desarrollo del proyecto siendo la creatividad y el liderazgo condiciones relevantes, con capacidad de negocios éticos, transparentes para la absorción de riesgos y la fomentación de nuevas microempresas para mejorar la calidad de vida de la población.

Cuadro No. 70

Matriz Impacto Empresarial

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con los objetivos y metas. Institucionales.• Fortalecer las relaciones comerciales.• Mejorar la creatividad del servicio.						X	X
TOTAL						2	6

Nivel de Impacto Empresarial = Σ /Número de Indicadores.

$$NI = 8/3 = 2.66$$

Nivel de Impacto Empresarial Medio Positivo.

Elaborado por: La Autora

c) ANÁLISIS

Este impacto nos indica que los objetivos trazados en este proyecto deben fortalecer y promover el desarrollo micro empresarial con un mejoramiento en el servicio y a la vez con el fortalecimiento de las relaciones comerciales del medio.

7.11 IMPACTO AMBIENTAL

El presente proyecto no tiene un fuerte impacto con el medio ambiente, que será, medio positivo, es más el proyecto ayudará a las campañas de cuidado al medio ambiente y a la vez no contribuir a la destrucción del planeta.

Cuadro No. 71

Impacto Ambiental

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Manejo de desechos.							X
• Normas de Control Ambiental.						X	
• Niveles de contaminación							X
TOTAL						2	6

Nivel de Impacto Ambiental= Σ /Número de Indicadores

$$NI = 3/3 = 8/3 = 2.66$$

Nivel de Impacto Ambiental= Impacto Medio Positivo.

Elaborado por: La Autora

d) ANÁLISIS

La hostería para mascotas observará y fomentará las normas de control ambiental planificando la eliminación de los desechos y aplicando las normativas ambientales establecidas en la Constitución y en la Ley de Ambiental manejada por el Ministerio del Ambiente y por los Gobiernos Autónomos Descentralizados.

7.12 IMPACTO ÉTICO

Cuadro No. 72

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
<ul style="list-style-type: none">Responsabilidad empresarialResponsabilidad SocialAdquisición de Valores							X X X
TOTAL							9

Nivel de Impacto Ético = $\Sigma / \text{Número de Indicadores}$

$$NI = 3 \in = 9/3 = 3$$

Nivel de Impacto Ético = Impacto Alto Positivo.

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Desde la perspectiva ética se genera un impacto alto positivo, ya que la estructura organizacional debe garantizar un ambiente adecuado y seguro a las personas que vayan a desarrollar su trabajo, velando por el bienestar de los trabajadores y clientes, fomentando de esta manera la

responsabilidad empresarial y social.

Una de las prioridades es brindar nuestra imagen de honestidad y transparencia a todos quienes intervienen en esta actividad de servicio.

7.13 IMPACTO GENERAL

Cuadro No. 73

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
• Social						X	
• Económico						X	
• Educativo						X	
• Empresarial						X	
• Ambiental						X	
• Ético							X
TOTAL						10	3

Nivel de Impacto General= $\Sigma/\text{Número de Indicadores}$

NI= $5\epsilon = 13/6 = 2,16$

Nivel de Impacto General = Impacto Medio Positivo.

ANÁLISIS

Desde la perspectiva del impacto general se genera un impacto medio positivo, ya que la mayoría de los indicadores manifiestan un comportamiento medio en cada una de las áreas de intervención.

7.14 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.9.1 CONCLUSIONES

- La investigación de campo realizada evidencia que los dueños de mascotas en la ciudad de Ibarra, con ingresos medios y altos, no cuentan con servicios técnicamente diseñados para el cuidado de las mismas, lo cual se ha convertido en una necesidad latente sobre todo para estos segmentos de la población.
- Efectuado el Estudio de mercado se estableció la gran aceptabilidad que tendrá la Hostería para Mascotas , como también se estableció que los servicios de alojamiento, veterinaria, boutique, entrenamiento y peluquería, son los más requeridos por el mercado meta.
- En el aspecto técnico, la localización del proyecto, el manejo de procesos, la estructura administrativa y la conformación legal de la microempresa son pertinentes y coherentes con respecto al diagnóstico realizado, ya que demuestran la capacidad del negocio para ofrecer servicios de calidad. En consecuencia, se puede concluir también que desde el punto de vista técnico el proyecto es factible.
- De acuerdo al Estudio Financiero, bajo las condiciones establecidas, se puede concluir que el proyecto es factible, ya que se obtendrá un VAN positivo de \$ 120.930,34 un TIR del 39,41% y un costo beneficio de 2,64; la inversión del proyecto se recuperara en 2 años, 9 meses y 16 días, lo que indica que la propuesta es viable.
- En prospectiva, el impacto general del proyecto es medio positivo, considerando el aspecto social, económico, empresarial, educativo, ambiental y ético. En consecuencia, el proyecto es factible desde el punto de vista de los impactos.

7.9.2. RECOMENDACIONES

- Para la implementación del presente proyecto debe desarrollarse un plan de acción específico, en el cual se establezcan las fases que permitan de manera técnica administrar y desarrollar las acciones conducentes a la puesta en marcha de la Hostería de Mascotas en la ciudad de Ibarra.
- Se deben diseñar estrategias de comercialización, básicamente de publicidad informativa para dar a conocer los servicios que prestaría la Hostería de Mascotas.
- Realizar las acciones pertinentes para la conformación legal de la microempresa, tomando como aspecto importante la contratación de talento humano cualificado.
- Tomar en cuenta el tamaño del proyecto y que se lo estructure en base al estudio propuesto, ya que contempla todos los aspectos fundamentales y técnicos para su implementación, considerando la oferta y demanda del proyecto, así como el nivel de inversión requerida para lograr los beneficios esperados.
- La implantación del presente proyecto por cuanto existe la necesidad en el mercado ibarreño y su financiamiento está cubierto, como también los ingresos que se generará respaldan a la inversión

BIBLIOGRAFÍA

- **BACA, Gabriel**, (2008). Evaluación de Proyectos. México
- **CHIAVENATO, Idalberto** (2008). Talento Humano. Colombia
- **CLEMENTS, Guido**, (2.007). Administración Exitosa de Proyectos. Buenos Aires-Argentina
- **Ediciones Nueva Lente. (2008).** El Perro Cría Cuidados y Educación.
- **FRANKLIN, Enrique**, (2009). Organización de Empresas Análisis, diseño y estructura. México
- **GARCERAN M. Jorge.** (2008). Enciclopedia de la Pequeña y Mediana Empresa. Barcelona – España. Primera Edición. Océano Grupo Editorial. Barcelona-España.
- **JÁCOME, Walter**, (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Ibarra-Ecuador
- **KOONTZ, Harold y WEHRICH, Heinz**, (2007). Administración una perspectiva Global. Pp. 804. 12^a Edición. McGrawHill. México.
- **MENDOZA, José**, (2008). Gerencia y Toma de Decisiones. Colombia
- **OCÉANO/CENTRUM** (2007). Enciclopedia de la Contabilidad. España
- **OCÉANO/CENTRUM** (2007). Enciclopedia del Empresario. España
- **ROBBINS, Stephen y Coulter Mary**, (2007).. Administración. México. Pp 645. Sexta Edición. Prentice Hall. México.
- **ROSENBERG, Jerry**, (2008). Diccionario de Administración y Finanzas. Editorial Océano/Centrum. Barcelona-España.

- **SANCHEZ, Cristian. (2008).** Razas cría y manejo de gatos. Editorial Ripalme. Lima – Perú.
- **SAPAG, Nassir y Reinaldo. (2008).** Preparación y Evaluación de Proyectos. México.
- **STATON, William y Etzel, Michael (2004).** Fundamentos de Marketing. México
- **ZAMUDIO, Enrique, (2007).** Cómo se nos educa y adiestra. Editorial Calí-Colombia.

LINCOGRAFÍA

- <http://www.hotelesperros.com/>.
- <http://www.lordguau.com/20-contenido-general/quienes-somos>.
- <http://www.argentino.com.ar/ocikos-hosteriamascotas>.
- <http://www.20minutos.es/noticia/6881/0/pelequeria/estetica/mascotas>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Veterinaria:](http://es.wikipedia.org/wiki/Veterinaria)”
- <http://definicion.de/primeros-auxilios/>.
- <http://www.tiendasmascotas.com/productos.html>.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE GOBIERNOS SECCIONALES

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación de los servicios de una
hostería para mascotas en la ciudad de Ibarra

EDAD:

SEXO: M F

1. QUÉ TIPO DE MASCOTA TIENE EN CASA?

PERRO -----

GATO -----

PECES

AVES (loros,etc) -----

CONEJOS

OTROS -----

2. LA (S) MASCOTA (S) QUE UD TIENE SON DE RAZA ?

SI -----

NO -----

3. UTILIZA PRODUCTOS DE CALIDAD PARA EL CUIDADO DE SU
MASCOTA?

SI ----

NO -----

4. UTILIZA SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL CUIDADO DE
SU MASCOTA?

VETERINARIO -----

PELUQUERÍA/BAÑO _____

NINGUNO _____

5. LE GUSTARÍA TENER UN LUGAR EN EL QUE CUIDEN
(HOSPEDEN) A SU MASCOTA MIENTRAS UD. VIAJA O NO LO
PUEDE HACER?

SI -----

NO -----

6. LE GUSTARÍA QUE LE BRINDEN SERVICIO DE ATENCIÓN
PUERTA A PUERTA?

SI _____

NO -----

7. SUS INGRESOS MENSUALES SE ENCUENTRAN ENTRE:

\$ 150 - 250 _____

\$ 250 - 500 _____

\$ 500 - 800 _____

\$ 800 EN ADELANTE _____

8. CONSIDERA UD QUE SU SUELDO LE PERMITE SIN NINGÚN
PROBLEMA CUIDAR DE SU MASCOTA?

SI -----

NO-----

9. QUÉ CANTIDAD DESTINA PARA EL CUIDADO DE SU
MASCOTA MENSUALMENTE? \$ -----

10. CONOCE ALGÚN LUGAR DONDE CUIDAN MASCOTAS?

SI -----

NO -----

CUÁL? -----

11. DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA RECIBIR PUBLICIDAD
ACERCA DEL CUIDADO DE SU MASCOTA?

TRÍPTICOS -----

CORREO ELECTRÓNICO

RADIO -----

PRENSA ESCRITA -----

12. EN QUÉ LUGAR LE GUSTARÍA QUE SE UBIQUE LA HOSTERÍA
DE CUIDADO DE MASCOTAS?

SECTOR EL OLIVO -----

CARANQUI -----

-

CHORLAVÍ -----

VÍA URCUQUÍ -----

ANEXO 2: PROFORMAS EQUIPO Y MOBILIARIO



Provesum & Cía.

Distribuidor de suministros de oficina, papelería, computación y otras líneas

Nuestra trayectoria marca la diferencia por nuestros precios, variedad y calidad




PROFORMA

FECHA: Ibarra, 20 de febrero del 2013

NOMBRE: Conzuelo Villota

TELEF.

CARACTERÍSTICAS	
Computador Ps Case - ATX " CLON"	
1 EQUIPOS	
Intel HEWLETT PACKARD Canon Lexmark EPSON DELUX Genius TOSHIBA SAMSUNG BenQ	1 CASE COMBO DELUX- Mainboard INTEL 61CR V /S /R 675,00 Procesador Core I 3 2da GENERACION Disco Duro de 1000 Gb. Memoria en DDR de 4 GB. Tarjeta de Red de 10/100/1000 incorporado tarjeta de video incorporado DVD WRITER Lector de Memorias Monitor lcd 19 " 1 Laptop TOSHIBA SATELITE Core I3 Disco 500gb /memoria 4gb / Pantalla 14 740,00
	
SUBTOTAL 1.415,00 12% IVA 169,80 TOTAL 1.584,80	

Lo mejor en computadores
ahora a tu alcance.....

GARANTÍA : 2 AÑOS: C.P.U (Cubre daños de Fabricación)

OBSERVACIONES: LA GARANTIA SE APLICA PARA PARTES Y PIEZAS DE HARDWARE. EL SOFTWARE (SISTEMA OPERATIVO Y APLICACIONES) NO TIENEN GARANTIA POR SER DE ESTRUCTA RESPONSABILIDAD DEL USUARIO..

* Validez de la Proforma OCHO DÍAS.-

Prove-2013
 LG Electronics Canon Panasonic EPSON LEXMARK. HP HEWLETT* PACKARD SHARP SAMSUNG ELECTRONICS TOSHIBA

Dir: Chica Narváez 7-30 y Oviedo (redondel Cabezas Borja)Telefax: 2959 727 2644 904 Ibarra - Ecuador

LINEA NUEVA

m o b i l i a r i o Cia. Ltda.

PROFORMA
N°02032

RUC:1091734547001

Ibarra, 22 de FEBRERO /2013

Ciente: CONSUELO VILLOTA

Dirección: IBARRA

TELF: 0981101861

Ruc:

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESCRITORIO EJECUTIVO 7 F importado, elaborado en madera tratada color Chocolate Tamaño 1.40*cm de Ancho x 0.70cm de Profundidad x 0.77cm de Alto. Con Una Cajonera Triple con Seguridad para las tres gavetas, Con (4) Ruedas y (1) Soporte Placa Lateral, (1) Faldón de Madera (1) Porta CPU rodante, (1) Porta Teclado de Riel, Detalles decorativos en color Aluminio. Diseño Exclusivo.		245.54
1	SILLÓN GERENTE 604 Sistema de regulación de Altura Base 5 puntas barruchas plásticas. Semireclinable tapiz cuerina tipo cuero color negro.		129.46
1	SILLA OPERATIVA "FOCUS" Nacional C/brazos Espaldar Semireclinable sistema de regulación de altura, Base 5 Puntas con garruchas Plásticas Tapiz en cuerina Negra.		77.68
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE 4 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las cuatro gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada. color Negro.		187.50
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE 2 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las dos gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electroestática y Texturizada.		129.46
1	ANAQUEL, Elaborado en melamínico duraplac Doble Cara, con Puertas Mixtas (2) Superiores de Vidrio con Seguridad, (2) Inferiores de Melamínico con Picaporte y Chapa de Seguridad, Divisiones Internas Regulables, Tamaño 1.80cm de Alto x 0.90cm de Ancho x 0.40cm de Profundidad.		218.75
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	988.39
Forma de Pago: 60% AL Pedido y 40% a La Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	118.61
Tiempo de Garantía: Un Año por Daños de Fabricación		TOTAL \$	1,107.00

LINEA NUEVA
mobiliario
RUC: 1091734547001

Entregué Conforme
y en tiempo

Reinventamos espacios

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
(Frente al Banco Pichincha) Telfs: 2953-400 / 26
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791

ANEXO 3: PRESUPUESTO CONSTRUCCIÓN DE LA HOSTERÍA

Hoja: 1 de 2

PRESUPUESTO DE OBRA CONSTRUCCION DE HOSTERIA DE MASCOTAS

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	PRELIMINARES				
1,1	Limpieza del terreno	m2	1.200,00	0,70	840,00
1,2	Replanteo del proyecto	m2	1.200,00	1,15	1.380,00
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS				
2,1	Excavación de plintos y cimientos	m3	39,54	4,15	164,09
2,2	Desbanque y nivelación de terreno	m3	12,00	3,85	46,20
2,3	Relleno compactado	m3	6,00	3,00	18,00
2,4	Desalojo de tierra excavada	m3	6,00	3,15	18,90
3	CIMENTACION				
3,1	Hormigón ciclopeo	m3	6,53	91,00	594,23
3,2	Replantos bajo plintos	m3	0,65	105,00	68,25
4	ESTRUCTURA DE HORMIGON ARMADO				
4,1	Hormigón simple en plintos	m3	1,30	115,00	149,50
4,2	Hormigón simple en cadenas	m3	1,44	136,45	196,49
4,3	Hormigón simple en columnas	m3	1,80	152,00	273,60
4,4	Cubierta de placa ondulada P10	m2	474,36	17,82	8.453,10
4,5	Estructura metálica	kg	2.635,11	2,00	5.270,22
4,6	Acero en barras fy=4200 kg/cm2	kg	661,66	1,78	1.177,75
5	PISOS				
5,1	Contrapiso de hormigón simple	m2	492,60	11,25	5.541,75
5,2	Pavimento de patios y accesos	m2	276,00	15,67	4.324,92
5,3	Masillado de pisos y losas	m2	492,00	4,15	2.041,80
5,4	Bordillo tina de baño de mascotas	m	4,60	16,75	77,05
6	MAMPOSTERIAS				
6,1	Mamposteria de bloque e=15cm	m2	1.400,00	13,50	18.900,00
6,2	Mesón de cocina	m	1,65	19,65	32,42
7	ENLUCIDOS				
7,1	Enlucido vertical paleteado	m2	310,00	3,70	1.147,00
7,2	Estucado	m2	310,00	3,75	1.162,50
8	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS				
8,1	Salida de desagues en PVC	pto	24,00	17,50	420,00
8,2	Bajante PVC 4"	m	24,00	6,25	150,00
8,3	Tubería PVC 4"	m	104,00	7,80	811,20
8,4	Tubería PVC 8"	m	10,00	7,80	78,00
8,4	Caja de revisión	u	8,00	53,00	424,00
8,5	Rejilla de piso 3"	u	3,00	7,50	22,50
8,6	Rejilla de piso 4"	u	10,00	9,45	94,50
8,7	Salida de agua fría en PVC	pto	11,00	21,10	232,10
8,8	Llave de manguera	u	3,00	12,60	37,80
9	INSTALACIONES ELECTRICAS				
9,1	Salida de iluminación	pto	48,00	21,50	1.032,00
9,2	Salida de tomacorrientes	pto	45,00	21,50	967,50
9,3	Caja térmica 6 puntos	u	1,00	65,00	65,00
10	APARATOS SANITARIOS				
10,1	Inodoro tanque bajo	u	4,00	105,00	420,00
10,2	Lavamanos	u	6,00	75,00	450,00
10,3	Fregadero de acero inoxidable un pozo	u	1,00	103,50	103,50
10,4	Lavandería de cemento	u	1,00	125,00	125,00
11	ACABADOS EN PISOS Y PAREDES				
11,1	Piso de cerámica	m2	232,00	17,00	3.944,00
11,2	Barrederas de cerámica	m	212,00	5,25	1.113,00
11,3	Recubrimiento vertical de cerámica	m2	30,80	15,60	480,48
11,4	Pintura Látex	m2	285,00	4,39	1.251,15
11,5	Cielo raso	m2	196,00	12,50	2.450,00

PRESUPUESTO DE OBRA
CONSTRUCCION DE HOSTERIA DE MASCOTAS

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
12	CARPINTERIA METALICA Y MADERA				
12,1	Puerta de madera principal	u	1,00	347,66	347,66
12,2	Puertas MDF 0.90m	u	10,00	161,00	1.610,00
12,3	Puertas MDF 0.70m	u	8,00	149,50	1.196,00
12,4	Ventana de aluminio y vidrio	m2	64,88	67,20	4.359,94
12,5	Cerramiento de malla caniles	m	40,00	26,50	1.060,00
12,6	Muebles bajos de cocina, boutique y peluqueria	m	12,00	115,00	1.380,00
12,7	Muebles altos de cocina, boutique peluqueria y bañera	m	34,00	115,00	3.910,00
13	CERRADURAS Y SIMILARES				
13,1	Chapa principal	u	2,00	85,00	170,00
13,2	Chapa llave seguro	u	17,00	29,00	493,00
					-
TOTAL POR VIVIENDA					81.076,10

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

COSTO DE LA OBRA: OCHENTA Y UN MIL SETENTA Y SEIS DOLARES CON 10/100

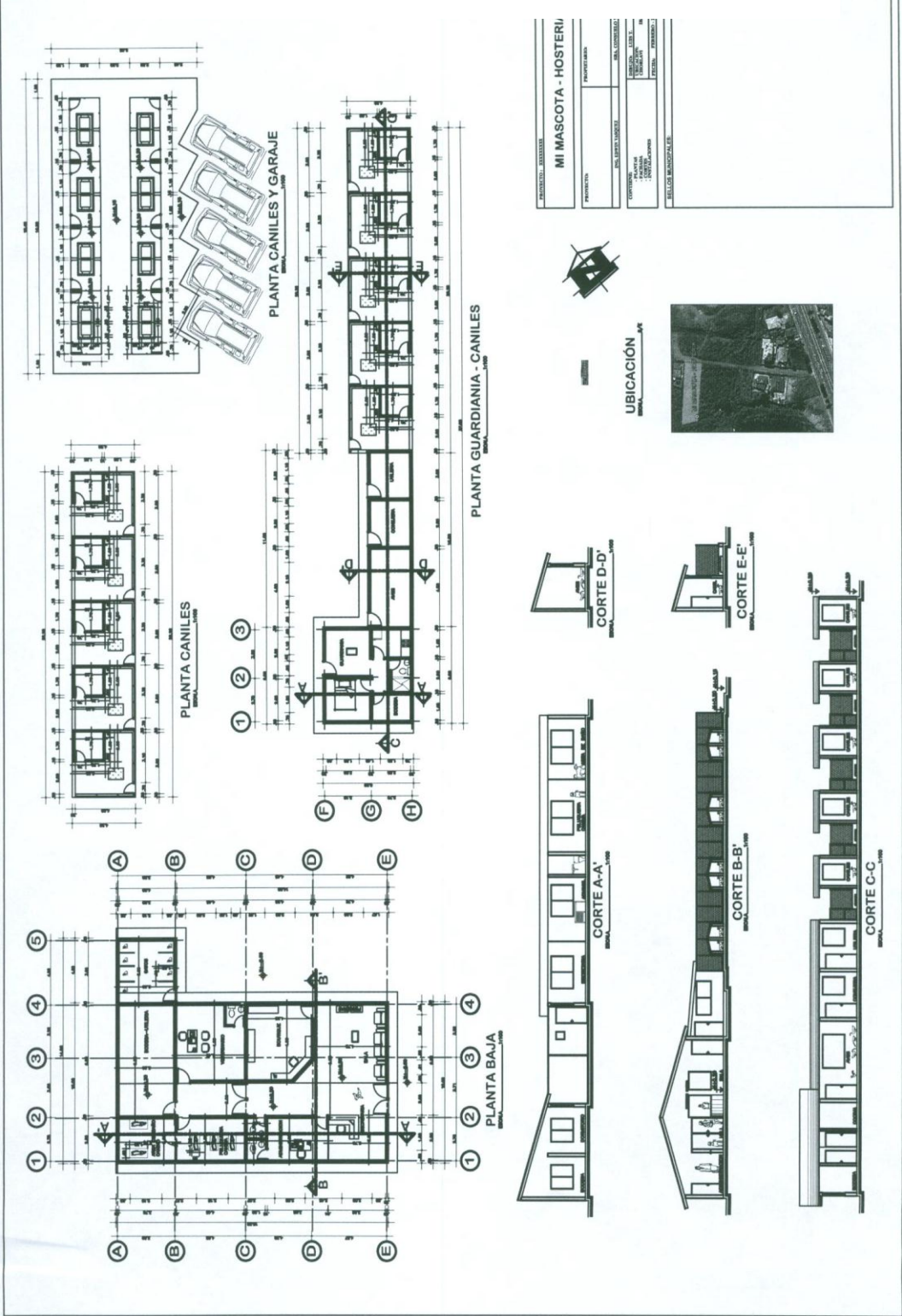
Ibarra, 16 de enero del 2012

Preparado por,

ING. EDWIN VASQUEZ G.

Responsable Técnico

ANEXO 4: PLANOS DE LA HOSTERÍA



ANEXO 5: FOTOGRAFÍAS VISITA HOSTERÍA DE MASCOTAS





